

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

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 16
Частина 1

Херсон
2016

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор (виконуючий обов'язки):

Шашкова Ніна Ігорівна, доктор економічних наук, доцент (завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету).

Заступник головного редактора:

Стратонов Василь Миколайович, доктор юридичних наук, професор (ректор Херсонського державного університету).

Відповідальний редактор:

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

Члени редакційної колегії:

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

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

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

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

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

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

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

Ушкаренко Юлія Вікторівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).

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

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
рішенням Вченої ради Херсонського державного університету
на підставі Протоколу № 6 від 29.02.2016 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

Свтушенко В.А., Сорін Б.В., Бабошко А.І.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СФЕРА СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 9

Слісєєва Л.В., Грисюк О.В.

ПРОБЛЕМИ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ..... 15

Зайцев О.В.

ЗОВНІШНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ВИНИКНЕННЯ
ТА РОЗВИТКУ КАПІТАЛІСТИЧНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ..... 18

СЕКЦІЯ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Біттер О.А., Чалапко (Калник) Л.Д., Кобзарук І.І.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ
ТА ПРОПОЗИЦІЯ ЗАХОДІВ З УПРАВЛІННЯ НИМ..... 22

Кожухова Т.В.

СВІТОВИЙ БАНК: СТРАТЕГІЯ ЩОДО ВИКОРИНЕННЯ ЗЛИДЕННОСТІ
ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОБРОБУТУ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ 26

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Васютинська Л.А.

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО
У КОНТЕКСТІ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ..... 30

Жарікова О.Б., Пащенко О.В.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ
ЕКСПЕРТНОЇ ГРОШОВОЇ ОЦІНКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ
У ЧАСТИНІ ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ФОРМУВАННЯ РЕНТИ..... 33

Ковешніков В.С., Розметова О.Г.

НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ..... 37

СЕКЦІЯ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бабаченко Л.В.

ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ
В ТОВАРНІЙ ІННОВАЦІЙНІЙ ПОЛІТИЦІ..... 41

Багорка М.О., Безугла Л.С.

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 45

Баюра В.І.

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ЯК ВНУТРІШНЯ СКЛАДОВА
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... 48

Берегова Т.А.

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ
НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ М'ЯСОПЕРЕРОВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ
ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СТАНУ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ..... 51

Белова Т.Г., Крайнюченко О.Ф., Гаврилова Т.В.

ОЦІНЮВАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА
ЩОДО УТРИМАННЯ СПОЖИВАЧІВ..... 56

Бойко І.М.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 59

Верхоглядова Н.І., Щеглова О.Ю., Костоусов А.Ю.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА..... 62

Галайда Т.О., Рябуха А.І. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	65
Гринюк Р.М. ФУНКЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	69
Гудзь Ю.Ф. ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В ТЕОРЕТИЧНОМУ ПОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ.....	72
Давидюк Ю.В. РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	77
Даниленко-Кульчицька В.А. ДО ПИТАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ВЗАЄМНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ УЧАСНИКІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	81
Короткий Ю.В. СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ – ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ЇХНЬОГО ЛОГІСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	86
СЕКЦІЯ 5	
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Хижняк О.С. НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ І ШЛЯХИ ЇХ УСУНЕННЯ.....	90
СЕКЦІЯ 6	
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Жалінська І.В., Терещенко Г.І. ОРІЄНТОВАНА НА ПРАЦЮ МАТРИЦЯ СОЦІАЛЬНИХ РАХУНКІВ: ПІДХОДИ ДО ПОВБУДОВИ ТА НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	95
СЕКЦІЯ 7	
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Бублик Є.О. ІНСТИТУЦІЙНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОБЛЕМНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ.....	101
Галушак В.В. СТРАХУВАННЯ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ.....	105
Дем'янчук О.І. ВПЛИВ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ НА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ	108
Золотарьова О.В., Чекал А.А. ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ УПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....	112
Ігнатишин М.В. МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЙ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗПОДІЛУ ТОВАРУ НА РИНКУ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЦІНОВІ РІШЕННЯ.....	116
Климаш Н.І., Соловей К.В. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА».....	120
Ковальова О.М. ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	124
СЕКЦІЯ 8	
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Акімова Т.В., Снопкова О.К. ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РУХУ ТА ОБРОБКИ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	128



Больботенко І.В. ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРАКТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ОБЛІКОВУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ.....	131
Бондарчук Н.В., Васильєва Л.М. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ.....	135
Синиця С.М., Вакун О.В. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ КОРПОРАЦІЇ.....	139
Волинець В.І., Гордополова Н.В., Головай Н.М. НОВИЙ АВТОМАТИЗОВАНИЙ ЗВІТ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДОТРИМАННЯ ФІНАНСОВИХ НОРМАТИВІВ ДІЯЛЬНОСТІ КРЕДИТНИХ СПІЛОК.....	143
Кононенко В.А., Цупаленко Ж.П. ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	147

СЕКЦІЯ 9

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Dolya K.V., Dolya O.I. ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELING INFLUENCE OF ENVIRONMENT AT THE DEVELOPMENT OF SYSTEMS PASSENGER TRANSPORT.....	152
Іванченко Г.Ф., Семібратова Я.Г. СУТНІСТЬ ІСНУВАННЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ.....	155

CONTENTS

SECTION 1

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Yevtushenko V.A., Sorin B.V., Baboshko A.I.

INNOVATION ACTIVITY AS A SPHERE
OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF UKRAINIAN ENTERPRISES..... 9

Yelisieieva L.V., Hrysiuk O.V.

PROBLEMS OF INCOME DISTRIBUTION WITHIN THE POPULATION OF UKRAINE..... 15

Zaitsev O.V.

EXTERNAL MACROECONOMIC CONDITIONS FOR THE OCCURRENCE
AND DEVELOPMENT OF THE CAPITALIST ECONOMIC SYSTEM.....18

SECTION 2

WORLD ECONOMY

AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Bitter O.A., Chalapko (Kalnik) L.D., Kobzaruk I.I.

ISSUES OF THE DAY OF RESEARCH OF NATIONAL DEBT OF UKRAINE
AND SUGGESTION OF MEASURES ON MANAGEMENT BY HIM..... 22

Kozhukhova T.V.

WORLD BANK: STRATEGY FOR POVERTY ERADICATION
AND WELFARE OF DEVELOPING COUNTRIES.....26

SECTION 3

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Vasjutins'ka L.A.

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP
IN THE CONTEXT OF THE INSTITUTIONAL THEORY.....30

Zharikova O.B., Pashchenko O.V.

IMPROVEMENT METHODOLOGICAL APPROACH
OF EXPERT MONETARY EVALUATION OF AGRICULTURAL LAND
IN THE DETERMINATION OF RENT STRUCTURE FORMATION..... 33

Koveshnikov V.S., Rozmetova O.G.

SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL BASES OF INNOVATIVE ACTIVITY
IN THE SPHERE OF TOURISM.....37

SECTION 4

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Babachenko L.V.

LOGISTICS COMPONENT MARKETING EFFICIENCY IN PRODUCT INNOVATION..... 41

Bagorka M.A., Bezugla L.S.

DIRECTIONS MANAGEMENT SYSTEM MARKETING
ACTIVITY AGRICULTURAL ENTERPRISES..... 45

Bayura V.I.

MARKET SEGMENTATION
AS AN INTRINSIC COMPONENT OF MARKETING ACTIVITY..... 48

Beregova T.A.

THE COMMERCIAL RISKS' MANAGEMENT AT THE UKRAINIAN
MEAT-PROCESSING ENTERPRISES FOR ITS ECONOMIC SECURITY.....51

Belova T.G., Krainiuchenko O.F., Gavrilova T.V.

EVALUATION OPPORTUNITIES THE ENTERPRISE THE RETAIN CUSTOMERS..... 56

Boyko I.M.

THE FORMATION OF A STRATEGY
OF TECHNICAL RE-EQUIPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....59

Kostousov A.Y., Shcheglova O.Y., Verkhoglyadova N.I.

ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM
TO ENSURE STABLE ECONOMIC SECURITY 62

Galayda T.O., Ryabuha A.I.

EUROPEAN EXPERIENCE OF APPLICATION OF EFFECTIVE SYSTEMS
OF PAYMENT OF LABOUR AND MOTIVATION OF WORKERS OF ENTERPRISE..... 65



Gruniyk R.N. THE FUNCTION AND THE PRINCIPLES OF DIRECT TAXATION OF BUSINESS ORGANIZATIONS: THEORETICAL ASPECTS.....	69
Gudz Y.F. POSITIONING ENTERPRISE POTENTIAL IN THE THEORETICAL FIELD OF ECONOMIC SCIENCES.....	72
Davydiuk Iu.V. RETROSPECTIVE ANALYSIS OF THE MACROECONOMIC FACTORS' IMPACT ON DAIRY ENTERPRISES' ACTIVITY IN UKRAINE.....	77
Danylenko-Kulchytska V.A. THE ISSUE REGULATION MUTUAL OBLIGATIONS PARTICIPANTS OF TOURISM IN UKRAINE.....	81
Korotkiy Y.V. STRATEGIC PARTNERSHIP OF ENGINEERING COMPANIES – THE KEY TO RAISING THEIR LOGISTICAL POTENTIAL.....	86
SECTION 5 DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Hizhnyak E.S. DISADVANTAGES OF E-COMMERCE IN UKRAINE AND WAYS TO RESOLVE THEM.....	90
SECTION 6 DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Zhalins'ka I.V., Tereshchenko H.I. ORIENTED MATRIX OF SOCIAL WORK FOR ACCOUNTS: APPROACHES TO CONSTRUCTION AND APPLICATION AREAS IN UKRAINE.....	95
SECTION 7 MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Bublyk I.O. INSTITUTIONAL FACTORS OF NON-PERFORMING ASSETS MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	101
Galushchak V.V. INSURANCE OF CREDITS' RISKS.....	105
Demianchuk O.I. THE INFLUENCE OF FISCAL POTENTIAL OF THE REGION ON FORMATION OF LOCAL BUDGET REVENUES IN UKRAINE.....	108
Zolotaryova O.V., Chekal A.A. INNOVATIVE BANKING PRODUCTS AND THE SPECIFICS OF THEIR IMPLEMENTATION IN UKRAINE.....	112
Ignatashin M.M. DESIGN OF STRATEGIES OF PRODUCTS' OPTIMAL DISTRIBUTION ON THE MARKET AND FACTORS AFFECTING THE PRICE DECISION.....	116
Klimash N.I., Solovey K.V. SCIENTIFIC APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE CONCEPT «FINANCIAL SAFETY».....	120
Kovalova O.N. INSTITUTIONAL ASPECTS OF THE UKRAINIAN STOCK MARKET DEVELOPMENT	124
SECTION 8 ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Akimova T.V., Snopkova O.K. PROBLEMS OF SETUP MOVEMENT AND PROCESSING OF ACCOUNTING INFORMATION IN THE ENTERPRISE.....	128
Bolbotenko I.V. PRECONDITIONS AND PRACTICE IMPLEMENTATION IFRS TO THE ACCOUNTING SYSTEM UKRAINE	131
Bondarchuk N.V., Vasilyeva L.M. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF ACCOUNTING RECEIVABLES	135

Synytsia S.M., Vakun O.V. BOOKKEEPING IN MANAGEMENT SYSTEM OF CORPORATION VALUE.....	139
Volynets V.I., Gordopolova N.V., Golovay N.M. NEW AUTOMATED REPORT TO ANALYZE COMPLIANCE WITH THE FINANCIAL REGULATIONS OF CREDIT UNIONS ACTIVITY.....	143
Kononenko V.A., Tsupalenko Z.P. ACCOUNT OF PRODUCTIVE SUPPLIES: THE MODERN STATE THAT DIRECTIONS OF IMPROVEMENT.....	147
SECTION 9	
MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	
Dolya K.V., Dolya O.I. ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELING INFLUENCE OF ENVIRONMENT AT THE DEVELOPMENT OF SYSTEMS PASSENGER TRANSPORT.....	152
Ivanchenko G.F., Semibratova Y.H. THE DEFINITION OF SHADOW ECONOMY AND METHODS OF ITS EVALUATION	155



СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.341.1+334.005.35

Євтушенко В.А.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Сорін Б.В.***викладач кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Бабошко А.І.***студентка економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СФЕРА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено аналізу стану інноваційної активності українських підприємств та визначенню ступеню інноваційності національної економіки у світлі міжнародних індикаторів. Виявлено основні фактори, що гальмують інноваційний розвиток українських підприємств. Доведено взаємозумовленість інноваційної діяльності та соціальної відповідальності як антикризових засад сучасного сталого розвитку.

Ключові слова: антикризове управління, інноваційна діяльність, національна економіка, соціальна відповідальність, сталий розвиток.

Євтушенко В.А., Сорін Б.В., Бабошко А.І. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СФЕРА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена анализу состояния инновационной активности украинских предприятий и определению степени инновационности национальной экономики в свете международных индикаторов. Выявлены основные факторы, тормозящие инновационное развитие украинских предприятий. Доказана взаимообусловленность инновационной деятельности и социальной ответственности как антикризисных принципов современного устойчивого развития.

Ключевые слова: антикризисное управление, инновационная деятельность, национальная экономика, социальная ответственность, устойчивое развитие.

Yevtushenko V.A., Sorin B.V., Baboshko A.I. INNOVATION ACTIVITY AS A SPHERE OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF UKRAINIAN ENTERPRISES

The article is devoted to analysis of innovative activity of Ukrainian enterprises and determine the degree of innovation of the national economy in the light of international indicators. The basic factors that inhibit innovative development of Ukrainian enterprises. Proved interdependence of innovation and social responsibility as a crisis of the modern principles of sustainable development.

Keywords: crisis management, innovation, national economy, social responsibility, sustainable development.

Постановка проблеми. В умовах соціально ринкової трансформації економіки України, загальносвітової соціалізації бізнесу, інтеграційних процесів, розширення впливу транснаціональних корпорацій курс на сталий розвиток та соціальну відповідальність – об'єктивний пріоритет еволюції суспільства й економічної поведінки українських підприємств. Визначальною стратегією досягнення сталого економічного зростання сучасних суб'єктів господарювання є активізація інноваційної діяльності.

Світовий досвід багатьох розвинених країн свідчить, що відповідальні процеси розробки та впровадження радикальних інновацій і наявний розвиток інформаційно-комунікаційних і хмарних технологій, цифрової економіки та стартапів, біо- та нанотехнологій, плазмової та альтернативної енергетики тощо є запорукою потужності економічної системи та поліпшення рівня життя і добробуту нації. Соціальна відповідальність та інновації дозволяють будь-якому підприємству розвивати ресурсний потенціал, знижувати витрати й отримувати надприбутки, якнайкраще задовольняти потреби споживачів, про-

вадити ефективно антикризове управління, підвищувати конкурентоспроможність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виявленню проблем інноваційного розвитку та пошуків методів стимулювання інноваційної діяльності підприємств, у тому числі в Україні, присвячено праці О. Амоші, Л. Антонюк, В. Базилевича, О. Білоконя, К. Вергал, Н. Вітки, А. Гальчинського, В. Геєця, А. Гриценка, А. Даниленка, П. Дойля, М. Долішнього, І. Єгорова, С. Ілляшенка, М. Кизима, Ф. Котлера, О. Лапко, Е. Лібанової, О. Макарової, І. Одотюка, Г. Паулі, О. Помірчи, А. Поручника, В. Савчука, О. Семенюк, М. Рогози, П. Харіва, Т. Циганкової, К. Фрімена, Й. Шумпетера та багатьох інших науковців. Проте, ураховуючи цінність цих досліджень, зміни світової інноваційної парадигми та значне відставання вітчизняної економіки від науково-технічних здобутків людства, потребують термінового вдосконалення теорії та практики національного інноваційного процесу.

Незважаючи на деяку новітність сприйняття сталого розвитку крізь призму соціальної відпові-

дальності, останній присвячено роботи як закордонних вчених (Дж. Вайса, Д. Віндзора, Т. Доналдсона, А. Керол, Р. Каплан, Д. Нортон та ін.), так і вітчизняних науковців, зокрема, О. Буян, О. Березіної, Д. Баюри, В. Вороб'я, О. Ворони, Л. Грицини, І. Журовської, А. Колота, О. Новікової, О. Черних, В. Шаповал. Але взаємозв'язок і взаємозалежність інноваційної діяльності та соціальної відповідальності акцентуються вперше.

Мета статті полягає в обґрунтуванні взаємозумовленості інноваційної діяльності та соціальної відповідальності як антикризових засад сучасного сталого розвитку на основі аналізу стану інноваційної активності українських підприємств, характеристики ступеню інноваційності національної економіки у світлі міжнародних індикаторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація інноваційних стратегій висуває особливі вимоги до промисловості, яка є найбільш активним чинником науково-технічного прогресу, інноваційного розвитку і розширеного відтворення в цілому.

За даними Державної служби статистики України [1; 2, с. 164–165; 3, с. 117], за період 2000–2014 рр. питома вага підприємств, що впроваджують інновації, невпинно зменшується (14,8% у 2000 р. проти 12,1% у 2014 р., протягом 2013–2014 рр зменшення спостерігалось з 13,6% до 12,1%). Динаміку за період 2007–2014 рр. наведено на рис. 1. Кількість застосування нових маловідходних і ресурсозберігаючих технологічних процесів за останні 15 років залишилась майже на тому ж рівні (430 процесів у 2000 р. та 447 – у 2014 р.).

За цей же період на українських підприємствах рівень виробництва інноваційних видів продукції скоротився майже втричі – з 15 323 найменувань у 2000 р. до 3 661 у 2014 р., а питома вага інноваційної в загальному обсязі реалізованої промислової продукції поменшала у п'ять разів: відповідно, з 9,4% (2000 р.) до 2,5% (2014 р.) [3, с. 117].

Аналіз кількості українських підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію за межі України (рис. 2), свідчить, що інноваційна продукція займає менше половини обсягу всієї продукції, а співвідношення кількості придбання та передачі новітніх технологій у 2007–2014 рр. є негативним для України більше ніж у 15 разів (рис. 3). В останні роки відбулося зменшення й кількості технологій, які придбаються, що надалі стримує розвиток і не стимулює використання новітніх способів та підходів до господарювання.

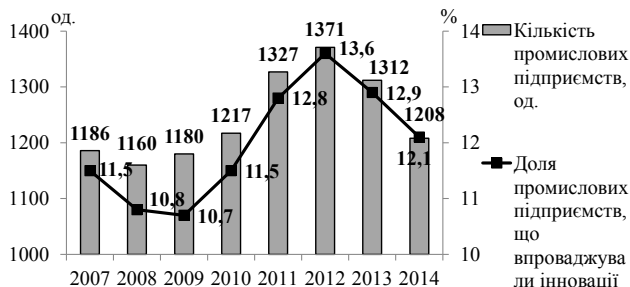


Рис. 1. Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації, та їхня питома вага у загальній кількості підприємств за період 2007–2014 рр. Розроблено за джерелами [1; 2]

У 2014 р. для здійснення інновацій 1 206 національних підприємств витратили 7,7 млрд. грн. [4], понад дві третини яких – на придбання машин,

обладнання та програмного забезпечення, 15,9% – на здійснення науково-дослідних розробок (далі – НДР) власними силами, 6,9% – на придбання результатів НДР у інших підприємств (організацій), 0,6% – на придбання інших зовнішніх знань (нових технологій) та 10,1% – на навчання та підготовку персоналу для розробки та запровадження нових або значно вдосконалених продуктів та процесів, діяльність щодо ринкового запровадження інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій (рис. 4).

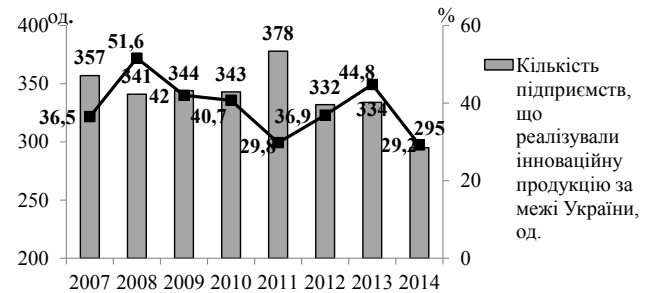


Рис. 2. Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межі України, та її частка в загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції за період 2007–2014 рр.

Розроблено за джерелами [1; 2]

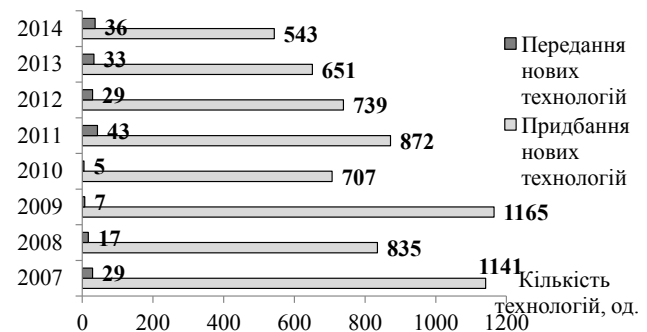


Рис. 3. Кількість придбаних та переданих нових технологій в Україні та за її межами за період 2007–2014 рр., одиниць

Розроблено за джерелами [1; 2; 4]

Така частка (66,5% своїх витрат на інновації підприємства спрямовують для придбання машин, обладнання та програмного забезпечення) негативно впливає на розробку власних інновацій та їх здійснення, тобто більшість підприємств просто купують машини, обладнання, програмне забезпечення, не розвиваючи дослідницьку діяльність та не створюючи інновації самостійно.

У 2014 р. лише 32,3% українських підприємств упровадили нові технологічні процеси, а 67,7% підприємств упровадили виробництво інноваційних видів продукції [4].

Аналіз інноваційної активності національних промислових підприємств вкотре підтвердив, що стан України в галузі інновацій є далеко не лідируючим на глобальному рівні, і на це вказують відомі світові рейтинги.

У сучасному світі показники інноваційної діяльності стають вирішальними у визначенні економічного рівня та науково-технічного потенціалу держави. Головними міжнародними рейтингами з інноваційності на сьогодні є: Глобальний інноваційний індекс (Global Innovation Index) [5], топ-50 най-

більш інноваційних країн світу (The Most innovative countries, Bloomberg) [6], Глобальний індекс конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) [7], Європейське інноваційне табло (Innovation Union Scoreboard), топ-50 найбільш інноваційних компаній світу (The most innovative companies, BCG).

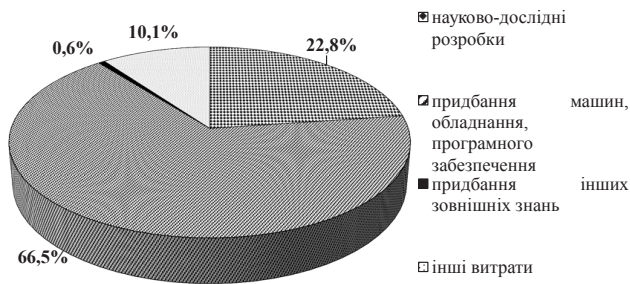


Рис. 4. Розподіл обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності серед українських підприємств у 2014 році, %

Розроблено за джерелами [1; 2; 4]

Відповідно до Глобального інноваційного індексу (GII – Global Innovation Index), що складається міжнародної бізнес-школою Insead, Університетом Корнелла та Всесвітньою організацією інтелектуальної власності, з урахуванням 79 показників у 2015 р. наша країна зайняла 64-е місце серед 141 країни світу [5, с. 15–21]. У 2015 р. Україна піднялася за такими показниками, як: людський капітал і дослідження (11-та позиція), працівники розумової праці (13-та позиція), бізнес-середовище (30-та позиція), нематеріальні активи (30-та позиція), освіта (33-тя позиція). І, незважаючи на те що в цілому за останні п'ять років кількість балів, отриманих Україною, зростає (рис. 5), ми маємо значне погіршення позицій, яке спостерігалось за такими показниками, як політичне середовище (26-та позиція), загальна інфраструктура (17-та позиція), онлайн-творчість (9-та позиція), рівень інноваційності є далеким від розвинутих країн і є нижчим, ніж у Панами (62-е місце) та Сербії (63-є місце) [5, с. 7–8, 15–21].



Рис. 5. Динаміка рейтингу України у Global Innovation Index, 2011–2015 рр.

Розроблено за джерелом [5]

Відповідно до іншого міжнародного інноваційного індексу – найбільш інноваційних країн світу (The Most innovative countries – MIC) [6], – який на початку кожного року складається виданням Bloomberg серед 50 найбільш інноваційних економік, у 2016 р. ми зайняли 41-е місце серед 50 найбільш інноваційних країн, опустившись при цьому на вісім пунктів у порівнянні з попереднім роком (рис. 6).

Головною перевагою для України за версією Bloomberg є рівень освіти і концентрація вчених у країні (tertiary efficiency) – п'ята позиція у світі. Невисокі показники Україна демонструє у номінаціях «кількість високотехнологічних компаній (high-tech density)» – 36-е місце та «патентна активність» – 28-е місце. За іншими складовими ми увійшли в останню десятку: «концентрація R&D» – 41-е місце, концентрація наукового персоналу (researcher concentration) – 45-е місце, «додана вартість виробництва» – 46-е місце, а найгірший показник: «продуктивність на душу населення» – 50-е місце (останнє місце рейтингу).

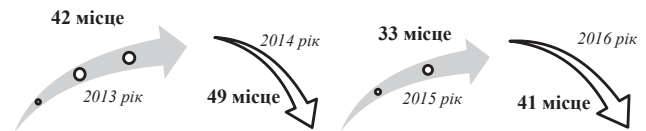


Рис. 6. Динаміка рейтингу України у Most innovative countries (Bloomberg), 2013–2016 рр.

Розроблено за джерелом [6]

Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index – GCI) [7] – це щорічне міжнародне дослідження і супроводжуючий його рейтинг країн світу за показником економічної конкурентоспроможності, що розраховується за методикою Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum). Інноваційний потенціал за версією GCI включає вісім показників: продуктивність інновацій; якість науково-дослідних інститутів; витрати компаній на інноваційні дослідження; співпраця між університетами та промисловістю; державні закупівлі високотехнологічної продукції; кількість вчених та інженерів; кількість патентів; захист інтелектуальної власності [7, с. 3–5]. Рейтинги України за показниками інноваційних складових Індексу глобальної конкурентоспроможності серед інших країн світу, як правило, коливаються від середніх до найгірших (табл. 1).

У 2015–2016 рр. у GCI-рейтингу Україна зайняла 79-е місце, що на три пункти гірше попереднього року, але найкращі позиції України спостерігаються саме у блоці «Інноваційний потенціал»: наявність наукових і інженерних кадрів (29-е місце), якість науково-дослідних установ (43-є), кількість патентів на винаходи (50-є). Крім того, пов'язаний з інноваційним блоком освітній блок також є лідируючим для України, зокрема щодо отримання вищої освіти і професійної підготовки ми займаємо 34-е місце [7, с. 5–14].

**Таблиця 1
Рейтинг України за показниками інноваційних складових GCI серед інших країн світу**

Показник	Рейтинг	
	2013–2014 рр. (серед 148 країн)	2014–2015 рр. (серед 144 країн)
Інституції	137 (3,0 бали)	130 (3,0 бали)
Інфраструктура	68 (4,1 бали)	68 (4,2 бали)
Технологічна готовність	94 (3,3 бали)	85 (3,5 бали)
Інновації	93 (3,0 бали)	81 (3,2 бали)
Вища освіта та професійна підготовка	43 (4,8 бали)	40 (4,9 бали)

Розроблено за джерелом [7, с. 5–8]

Таким чином, українські підприємства не в повному складі та в замалій мірі використовують

можливості сучасного інноваційного розвитку, а тому не мають конкурентних переваг на світових ринках продукції, послуг, капіталів і технологій.

Подолання ситуації, що склалася, потребує, на думку багатьох дослідників [8, с. 220–230; 9, с. 141–142; 10], насамперед збільшення фінансування інноваційної діяльності українських підприємств, адже у кризових умовах відсутність достатнього фінансування є однією з найважливіших проблем, що перешкоджають розвитку інновацій, і основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств (рис. 7): 85,0% загального обсягу витрат на інновації проти 40–50% в інноваційних країнах [8, с. 214].

Вирішити проблему недостатнього фінансування було б можливо за рахунок поєднання зусиль держави та окремого підприємства [8, с. 228–230; 10], як це здійснюється у провідних країнах світу, де науково-технічна діяльність на 21–34% (в Україні у 2014 р. – 4,5% (рис. 7) фінансується з урядових коштів [8, с. 214]. Проте за останні вісім років ситуація з державним фінансуванням інноваційної діяльності хоча і постійно змінювалась (рис. 8), є занадто малою, а зростання у 2014 р. в основному зумовлене, як відомо, інфляційними коливаннями.

Слід зазначити, що ще з 1999 р. (в Україні було взято курс на інвестиційно-інноваційну модель розвитку) урядом приймається безліч постанов, стратегій та державних програм, спрямованих на підвищення інноваційної активності, однак більшість з них у реальній економіці так і залишились нерелізованими.

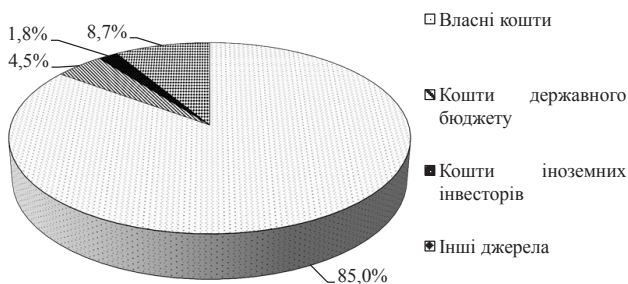


Рис. 7. Джерела фінансування інноваційної діяльності українських підприємств у 2014 р., %

Розроблено за джерелами [1; 4]

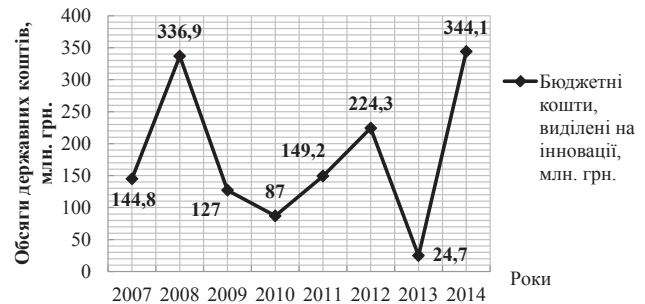


Рис. 8. Динаміка обсягів державних коштів для фінансування інноваційної діяльності за період 2007–2014 рр., млн. грн.

Розроблено за джерелами [1; 4]

Навіть у програмі розвитку України «Стратегія реформ-2020» [11], презентованій 25 вересня 2014 р., серед 62 реформ та 21 ключових показників як індикаторів успіху інноваційна складова не визнана пріоритетною для нашої держави (за виключенням показника зростання позиції України у Глобальному індексі конкурентоспроможності).

На основі проведеного аналізу та дослідження думок вітчизняних учених щодо причин стримування інноваційного розвитку українських підприємств можна виділити п'ять груп факторів: фінансові, інформаційні, ринкові, інституційні, інфраструктурні (табл. 2).

Ураховуючи вищевикладене, українським підприємствам, на нашу думку, слід самостійно формувати власний інноваційний процес, приймаючи на себе відповідальність перед суспільством за превентивний антикризовий розвиток і зростання конкурентоспроможності на мікрорівні та за сталий розвиток національної економіки.

У попередніх дослідженнях [13–15] було доведено, що нова модель національної економіки вимагає не тільки від держави, міжнародних співтовариств, представників громадянського суспільства, а й від лідерів бізнесу, окремих індивідів, профспілок і НКО, чиновників усіх рівнів, освітніх установ і науково-дослідних організацій об'єднати зусилля з формування загального майбутнього на основі стійкої соціально відповідальної моделі зростання. Соціальна відповідальність розуміється нами як економічна, екологічна, соціальна, етична відпові-

Таблиця 2

Типологізація факторів, що гальмують інноваційний розвиток українських підприємств

№	Категорія факторів	Причини стримування інноваційного розвитку
1	фінансові	відсутність коштів у межах окремого підприємства; відсутність фінансування за межами підприємства; відсутність венчурного фінансування; обмежений обсяг фінансування наукової діяльності з державного бюджету; занадто високі витрати на інноваційну діяльність
2	інформаційні	відсутність інформації про технології та про ринки; відсутність кваліфікованого персоналу; неналежний рівень організації інформаційного забезпечення, що перешкоджає розвитку науково-дослідної діяльності
3	ринкові	домінування на ринку певних груп підприємств, що монополізували традиційні галузі; незначний попит на інноваційні продукти та послуги; труднощі знаходження інвестиційних та інституційних партнерів інноваційної діяльності; нерозвиненість процесів комерціалізації інновацій; суспільна модель «надлишкового» споживання; відсутній попит на інновації з боку як виробників, так й організаційних споживачів (інноваційна бездіяльність)
4	інституційні	недосконалість інституційно-правових механізмів для забезпечення формування ефективної системи органів публічного управління; несформованість економічних стимулів щодо залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси; недосконалість інституційного забезпечення трансферу технологій; несформованість інноваційної промислової політики та політики імпортозаміщення
5	інфраструктурні	нерозвиненість інноваційної інфраструктури: технопарків, технополісів, високотехнологічних інноваційних підприємств, технокластерів, венчурних фондів, центрів трансферу технологій та ін.; відсутність технологічної кооперації в інноваційній сфері

Розроблено за джерелами [2; 3, с. 117–118; 4; 8–12]

дальність господарюючих суб'єктів за вплив їхньої діяльності на суспільство, навколишнє природне середовище, задоволення потреб різних зацікавлених сторін з метою створення умов для сталого розвитку [13, с. 10–12]. Саме дотримання принципів і впровадження інституційних форм соціальної відповідальності (рис. 9) з метою сталого розвитку є дієвим засобом превентивного антикризового менеджменту та сучасним механізмом зростання конкурентоспроможності будь-якої організації на нинішньому етапі розвитку людської цивілізації.

Сучасне розуміння економічного змісту категорії «інновація» полягає у синергетичному зрощенні товарних і процесних, організаційних і маркетингових інновацій. Ще Й. Шумпетер, який увів поняття «економічна інновація» у науковий обіг, і К. Фрімен пропонували розрізняти «нововведення-продукти та нововведення-процеси». За новою методологією Державної служби статистики України [2, с. 251–252] розрізняють чотири типи інновацій: продуктові, процесові, маркетингові й організаційні. Крім упровадження технологічних інновацій (продуктові, процесові), підприємства можуть бути активними в організаційних і/або маркетингових інноваціях, які підтримують продуктові й процесові інновації, підвищують якість і ефективність роботи підприємства та поліпшують обмін інформацією й використання нових знань і технологій, а також можуть впливати на продуктивність підприємства, вихід на нові ринки або сегменти ринку та розроблення нових способів просування продукції.

Сьогодні «інновація» – це кінцевий результат упровадження нововведення з метою отримання економічного, соціального, техніко-технологічного, організаційного, управлінського, юридичного, екологічного, кадрового або іншого виду ефекту. Ці види інновацій у сучасній господарській практиці тісно переплітаються між собою, приносять економічний ефект і не можуть розглядатися окремо.

Організаційна інновація є впровадженням нового організаційного методу в діяльності підприємства (організації), в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків [2, с. 251–252]. Утім, обстеження інноваційної діяльності в економіці України [12] показало, що за період 2012–2014 рр. лише 32,2% українських підприємств впроваджували організаційні інновації.

В умовах наростаючих глобальних ризиків, рецесійної економіки, турбулентного конкурентного середовища соціальна відповідальність є основою сучасного організаційно-інноваційного процесу вдосконалення корпоративного управління [14, с. 212–215]. При цьому соціально відповідальна організаційна інновація як розвиток основного бізнесу має на увазі впровадження нових для підприємства бізнес-процесів, а згодом вже технологічні та товарні інновації як такі стають найважливішим об'єктом соціальної відповідальності. Спочатку інноваційні соціально відповідальні бізнес-ідеї вирішують гострі соціальні та екологічні проблеми, а згодом ефект від таких соціальних інвестицій виражається в таких конкретних показниках, як зростання продажів і продуктивності праці, зниження витрат і відповідних ризиків і т. ін., що стимулює інноваційну активність. Особливого значення інноваційна стратегія інклюзивної соціальної

відповідальності набуває в період економічної кризи, пред'являючи підвищені вимоги до науково-технологічного рівня підприємств та їх управлінських компетенцій, і потребує зворотного механізму систематичного впровадження інших видів інновацій (товарних, процесних, маркетингових, кадрових) у бізнес-процеси з метою дотримання принципів соціальної відповідальності в ході відповідного організаційного навчання [13–14].

З іншого боку, привертає увагу той факт, що національні організації є дещо безвідповідальними щодо нарощування інноваційної активності. Так, обстеження інноваційної діяльності українських підприємств з причин, що перешкоджали здійсненню інновацій протягом 2012–2014 рр. [12], показало наступне: у 82,2% (!) респондентів немає вагомих причин здійснювати інновації(!), у тому числі: через низький попит на інновації на ринку – 6,0%, через дуже низьку конкуренцію підприємства на ринку – 3,0%, відсутність хороших ідей або можливостей для інновацій – 7,4%, а щодо так званих «вагомих» чинників, що перешкодили можливому впровадженню інновацій, названо: 4,3% – занадто велика конкуренція на ринку, 2,1% – невизначений попит на інноваційні ідеї, 1,9% – відсутність партнерів по співпраці, 1,7% – відсутність кваліфікованих працівників у рамках підприємства. І це при тому, що при теперішній екстенсивній економічній моделі (не лише національній, а й глобальній) бізнес базується на єдиній ключовій компетенції – збільшенні ефективності в умовах обмежених ресурсів за рахунок зниження витрат та економії на масштабі [15, с. 230]. У наявності критичне нерозуміння вітчизняними підприємствами, що за відсутності радикальних інновацій інвестиції створюють лише короткострокові прибутки. А бізнес, перебуваючи у пошуках зростаючої врожайності та продуктивності, буде й надалі нещадно експлуатувати ресурси, у першу чергу найбільш дефіцитні природні і людські.

Крім того, наведені дані з причин, стримуючих інноваційну діяльність українських підприємств, свідчать про нестачу в Україні кваліфікованого управлінського персоналу. Тому у національному суспільно-



Рис. 9. Внутрішні та зовнішні інституційні форми соціальної відповідальності

Розроблено за джерелами [13–15]

економічному просторі на разі мова повинна йти про підготовку нових кадрів – інноваційних, соціально відповідальних, що принципово буде відрізняти їх від традиційних менеджерів, націлених на техногенні, ресурсовитратні, олігархічні і, як показує світова практика, у результаті неефективні бізнес-моделі. У цих умовах нами рекомендується навчати економістів і менеджерів не тільки соціально відповідальним методам ведення бізнесу, а й ефективним інноваційним бізнес-моделям, наприклад, концепції «синьої економіки» (засновник моделі Г. Паулі – економіст, підприємець, член Римського клубу) – економіці нетрадиційних високих і швидких, простих і дешевих ресурсозберігаючих ефективних інновацій [15].

Висновки. Загальноекономічні та суспільно-політичні кризові проблеми та фактори гальмування інноваційного розвитку українських підприємств унеможливають сталий розвиток країни, побудову інформаційного суспільства й економіки знань та конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. Але, як наголошено агенцією Bloomberg, «...поява у будь-якому місці списку інноваційного топ-50 має дати економіці привід для радощів, оскільки це може означати поштовх для більш довгострокової перспективи зростання» [6], що підтверджує: Україна має чималий інноваційний потенціал, який недостатньо використовується.

Представлена взаємозумовленість інноваційної діяльності та соціально відповідальності як антикризових засад сучасного сталого розвитку суб'єктів господарювання соціально відповідальна організаційна інновація – технологічні та товарні інновації – організаційний інноваційний розвиток та прийняття українськими підприємствами відповідальності за власну інноваційну активність дозволять отримати синергетичний ефект у вигляді: покращання іміджу і зміцнення репутації українських підприємств, формування позитивного сприйняття бренду, покращання якості продукції та послуг, залучення нових клієнтів і збільшення кількості споживачів, захоплення нових ніш на ринку і збільшення обсягів збуту, зростання обсягів продажу і рентабельності, високий рівень продуктивності праці та збереження кадрів, вищий рівень задоволеності і моральне стимулювання працівників, налагодження зв'язків із регуляторними органами, постачальниками та неприбутковими організаціями, формування доброго ставлення і налагодження міцних партнерських стосунків з громадами, можливість реального соціального впливу на вирішення соціально-економічних питань, захист навколишнього природного середовища і ресурсозбереження тощо.

Саме Україна, де глобальні кризи показують свої руйнівні ознаки найбільш потужно (стійке зниження ВВП, падіння промислового виробництва, нестійкість сільськогосподарського виробництва та будівництва, стрімке зростання державних боргових зобов'язань, нерозвиненість малого та середнього підприємництва, системна корупція, зростання соціальних проблем і т.ін.), потребує нової моделі економічного розвитку, заснованої на соціальній відповідальності та інноваційності.

Розробка соціально відповідальних інноваційних стратегій для національного господарства та вітчизняних підприємств є нагальним напрямом подальших наукових досліджень. Ураховуючи, що в інноваційній сфері економіка України значно відстала (до 40 років) від провідних технологічних країн – США, Японії, Південної Кореї [3], прискорений випереджаючий інноваційний розвиток українських підприємств має стати відповідальним пріоритетом державних промислової, науково-технічної та інвестиційної політик.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Наукова та інноваційна діяльність (1990–2014 рр.). Економічна статистика. Наука, технології та інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Статистичний збірник / Відп. за випуск О.О. Кармазіна. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 255 с.
3. Сорін Б.В. Необхідність випереджаючого інноваційного розвитку українських підприємств / Б.В. Сорін // Матеріали VI МНПК «Пріоритети нової економіки знань в XXI сторіччі» (Дніпропетровськ, 24–25 грудня 2015 р.). – Дніпропетровськ: ДВНЗ ПДАБА, 2015. – С. 116–118.
4. Білоконь О.І. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2014 році / О.І. Білоконь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development / by the World Intellectual Property Organization. – Switzerland, Geneva, 2015. – 453 p.
6. Mostinnovative: countries / Rankings – 2016 // Bloomberg [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bloomberg.com/news/articles>.
7. The Global Competitiveness Report 2015–2016 / Ed. K. Schwab // World Economic Forum. – Geneva, 2015. – 385 p.
8. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / За заг. ред. В.М. Геєця [та ін.]; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
9. Семенюк О.М. Необхідність формування інноваційної стратегії розвитку промислових підприємств / О.М. Семенюк // Економічний форум. – 2013. – № 3. – С. 139–144.
10. Щодо першочергових заходів з активізації інноваційної діяльності в Україні. Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/654/>.
11. Стратегія реформ-2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/news>.
12. Білоконь О.І. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2012–2014 років (за міжнародною методологією) / О.І. Білоконь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
13. Євтушенко В.А. Інклюзивна соціальна відповідальність у превентивному антикризовому менеджменті / В.А. Євтушенко // Економічна криза: фактори, моделі та механізми подолання: [кол. монографія]; за ред. С.А. Ткаченка, М.С. Пашкевич. – Д.: НГУ, 2015. – 179 с.
14. Євтушенко В.А. Социальная ответственность как инновационная антикризисная глобальная стратегия развития / В.А. Євтушенко // МНПК «Глобальна економічна динаміка як фактор напруги соціально-політичних процесів: цикли, криза і конфлікти» (Афіни, 23–30 жовтня, 2014 р.). – Афіни: ЄСАМН, К.: УМО, 2014. – С. 212–215.
15. Yevtushenko V. Concept of blue economy in preparing social lyres possible professionals / V. Yevtushenko // CanadianJournalofScience, EducationandCulture. – Toronto. – 2014. – № 2. – С. 229 – 236.

УДК 330.564.2:330.564

Слісєєва Л.В.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки природокористування та економічної теорії
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки***Грисюк О.В.***студентка
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*

ПРОБЛЕМИ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

У статті визначено особливості формування й розподілу доходів населення України в 2013–2015 рр. Проаналізовано причини зменшення доходів населення та проблему раптової бідності в Україні. Досліджено особливості споживання та заощадження українських домогосподарств. Розглянуто основні причини неефективності соціальної політики та нерівномірного розподілу доходів в Україні. Визначено перспективні напрями економічної політики, спрямованої на підвищення рівня добробуту та зменшення бідності.

Ключові слова: доходи населення, розподіл доходів, соціальна політика, раптова бідність, споживання та заощадження населення.

Слісєєва Л.В., Грисюк А.В. ПРОБЛЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ

В статье определены особенности формирования и распределения доходов населения Украины в 2013–2015 гг. Проанализированы причины уменьшения доходов населения и проблемы внезапной бедности в Украине. Исследованы особенности потребления и сбережения украинских домохозяйств. Рассмотрены основные причины неэффективности социальной политики и неравномерного распределения доходов в Украине. Определены перспективные направления экономической политики, направленной на повышение уровня благосостояния и уменьшение бедности.

Ключевые слова: доходы населения, распределение доходов, социальная политика, внезапная бедность, потребление, сбережения населения.

Yeliseieva L.V., Hrysiuk O.V. PROBLEMS OF INCOME DISTRIBUTION WITHIN THE POPULATION OF UKRAINE

In the article the features of the formation and distribution of incomes in Ukraine 2013–2015 biennium. The reasons of decrease in incomes and the problem of sudden poverty in Ukraine. The features of consumption and savings Ukrainian households. The main reasons for the ineffectiveness of social policy and unequal income distribution in Ukraine. The perspective directions of economic policy aimed at improving the welfare and poverty reduction.

Keywords: income, income distribution, social policy, sudden poverty, consumption and savings.

Постановка проблеми. Для соціально-економічної структури українського суспільства характерна суттєва диференціація населення за рівнем добробуту, а також значна частка бідного та низька питома вага середнього прошарку населення. За міжнародними стандартами Україна належить до держав з високим ступенем нерівності населення за доходами, і ця нерівність істотно посилилася протягом останніх років. Окрім того, війна, прискорення інфляції та девальвації зумовили виникнення такого нового явища в економіці України, як «раптова бідність», тому дослідження проблем розподілу доходів домогосподарств є достатньо актуальним сьогодні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти даної проблеми розглянуті в працях вітчизняних дослідників. Зокрема, Бєрвєно О. аналізував вплив надмірної нерівності доходів на якість життя в Україні [1], Винник О. [2], Дубєнська О. [3], Комар Н. [4] – причини виникнення та стан бідності в Україні, Гарін Б. – проблеми перерозподільчої функції держави [5] тощо. Проте умови та стан розподілу доходів населення у сучасних умовах відрізняється від попередніх періодів, а тому проблеми неефективності розподілу доходів населення потребують подальших досліджень.

Мета статті полягає в аналізі проблем та перспектив розподілу доходів населення України в 2013–2015 рр. Поставлена мета вимагає аналізу структури й динаміки доходів населення, причин «раптової» бідності, ступеня нерівномірності розподілу доходів населення, перспективних напрямів економічної політики, спрямованих на покращання добробуту населення тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій думці існує широке та вузьке трактування поняття доходів як сукупності грошових, натуральних та лише грошових надходжень населення за певний період часу відповідно. До основних видів доходів належать: номінальні, реальні; первинні, вторинні; доходи від поточної діяльності, активів, соціальні доходи та ін. Ступінь нерівномірності їх розподілу можна проаналізувати за допомогою кривої Лорєнца, коефіцієнтів Джині та децильного коефіцієнта. Серед наслідків значної нерівномірності розподілу доходів відзначимо: скорочення середнього прошарку населення як основи економічної політики, поглиблення проблем бідності, збільшення обсягу соціальних виплат у державному бюджеті, зростання соціальних втрат через професійну декваліфікацію, збільшення явищ соціальної патології, руйнування людського капіталу, соціальну та політичну напругу в суспільстві [6, с. 165] тощо.

За останні два роки в Україні спостерігається значне зменшення доходів населення. До основних факторів, які впливали на їх рівень в Україні, належать: військовий конфлікт збільшення чисельності внутрішніх переселенців (станом на 01 січня 2016 р. – близько 1,5 млн. осіб), зменшення ВВП (у 2015 р. рівень ВВП знизився на 10%), високий темп інфляції (2014 р. – 25%, 2015 р. – 43%), прискорення девальвації (упродовж 2013–2016 рр. – понад 200%) [7–9], збільшення податкового навантаження (наприклад, запровадження військового збору, збору з продажу-купівлі іноземної валюти, оподаткування частини пенсій, депозитів, підвищення акцизів на

тютюнові вироби, алкогольні напої, а також розширення бази оподаткування для податку з нерухомого майна тощо), банкрутство банків і т.д.

Аналіз динаміки доходів населення показує, що за останні роки номінальні доходи частково зростали. Проте реальні доходи значно зменшилися. Наприклад, лише за другий квартал 2015 р. реальний наявний дохід населення порівняно з 2014 р. зменшився на 34,0% [7].

У першому півріччі 2014 р. і 2015 р. найбільшу частку доходів домогосподарств (близько 50%) склали доходи від зайнятості та соціальні доходи, значно менше – від активів і підсобного господарства. Мінімальна заробітна плата поступово зростала: на кінець 2012 р. – 1 134 грн., 2013 р. – 1 218 грн., 2014 р. – 1 218 грн., 2015 р. – 1 378 грн. та з 1 травня 2016 р. вона має становити 1 450 грн. [7; 8]. Найвищий рівень заробітної плати отримували працівники в Києві, Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Миколаївській областях. Проте темп підвищення номінальної заробітної плати був значно меншим за темпи зміни рівня інфляції, девальвації, податкового навантаження, тому значна частина населення відчула себе біднішою. Крім того, суттєво зменшилися доходи від активів.

Зниження рівня доходів населення зумовило збільшення самозабезпечення за допомогою підсобного господарства, пошук додаткової роботи та розвиток тіньової діяльності [1, с. 306]. За даними Державної служби статистики України, 4,5 млн. осіб працювало в неформальному секторі [7]. До основних причин поширення неформальної зайнятості належать: дефіцит гідної та високооплачуваної роботи в офіційному секторі економіки, недосконалість нормативно-правової бази, яка регулює ринок праці та зайнятості, слабкий соціальний захист та порушення роботодавцем прав найманих працівників, високе навантаження на фонд заробітної плати та бажання уникнути високих податків, зміна трудових мотивацій щодо більшої самостійності в роботі та вільного розпорядження часом, нерегульована трудова міграція населення, представники якої часто стають неформально зайнятими.

Водночас зменшення доходів негативно вплинуло на споживання й заощадження. Більша частина споживчих витрат (понад 50%) була пов'язана з оплатою продуктів харчування та комунальних послуг [7]. Водночас зросли витрати на одяг і взуття, ліки, транспорт, зв'язок тощо. Найбільше населення економило на товарах розкоші, що загалом відповідає закону Енгеля. Водночас населення України значно скоротило свої заощадження. У лютому 2015 р. було проведено спеціальне опитування щодо того, на скільки вистачить заощаджень, якщо будуть утрачені всі джерела доходів. 38% опитованих відповіли, що вони взагалі не мають заощаджень, і лише 2% стверджували, що їх вистачить на шість місяців і більше [10].

Загалом, у 2015 р. за рівнем купівельної спроможності Україна серед 42 країн опинилася на 41-му місці [11]. На одного жителя України припадало 1 641 євро на рік, або близько 3 500–4 000 грн. на місяць. Проте у більшості областях, у тому числі Волинській, Житомирській, Закарпатській, Івано-Франківській, Полтавській, середньомісячні ставки заробітної плати були набагато нижчими (як правило, менше 2 700 грн.). Значна частина населення опинилася за межею бідності [3]. Станом на початок 2015 р. 44% респондентів уважали себе бідними [7]. До кінця 2015 р. така суб'єктивна оцінка

лише погіршилася. Особливість бідності в Україні полягає у значному скороченні доходу більшості населення країни, яке при цьому зберігає високий соціальний статус (рівень освіти, кваліфікації, соціальні зв'язки). За стандартами ООН, якщо людина витрачає на проживання менше 5 дол. на день, тобто 150 дол. на місяць, то вважається, що вона живе за межею бідності [12]. Станом на 12 лютого 2016 р. за курсом НБУ це приблизно 3 912 грн. у місяць. У різних країнах межа бідності визначається по-різному: у США складає не менше 40 дол./день, у країнах Східної Європи у складі Єврозони – 5 дол./день [4], в Україні – нижче прожиткового мінімуму, який станом на 1 січня 2016 р. для працездатних осіб становить 1 378 грн. У такий спосіб навесні 2015 р. ООН констатувала, що в Україні понад 80% населення живе за межею бідності, а прожитковий мінімум України наближається до порогу бідності африканських держав. Зазначимо, що в 2012 р. в ООН заявляли, що лише 15% українців живуть за межею бідності. На разі державні службовці часто оперують поняттям «раптова бідність», оскільки у цій категорії більшість людей виявилися раптово через військовий конфлікт, девальвацію та інфляцію.

Крім того, причиною високого рівня бідності є висока нерівномірність розподілу та неефективність перерозподілу з боку держави.

Формування економічної системи ринкового типу породжує значну нерівномірність розподілу доходів. Аналізуючи статистику щодо розподілу доходів за перший квартал 2014 р. і 2015 р., можемо стверджувати, що в Україні суттєвих змін не відбулося, навіть спостерігалася позитивна динаміка, а саме: скорочення частки осіб, які отримували дохід нижче 1 920 грн. та збільшення частки осіб з доходом понад цю грошову суму. Проте в абсолютному вимірі частка населення із середньодушовими доходами нижче розміру фактичного прожиткового мінімуму (у I півріччі 2015 р. – 2 022 грн., у I півріччі 2014 р. – 1 298 грн.) у січні-червні 2015 р. зроста майже втричі і становила 49%. Водночас несуттєво змінився індекс Джині – з 0,249 до 0,257. Співвідношення загальних доходів серед найбільш та найменш забезпечених 10% населення становило у I півріччі 2015 р. 5,6 раза (у I півріччі 2014 р. – 5,2 раза), у т.ч. серед міського населення – 5,3 раза (5,1 раза), серед сільського – 5,4 раза (4,9 раза). Мінімальний рівень загальних доходів серед найбільш забезпечених 10% населення перевищував максимальний серед найменш забезпечених 10% населення у цілому по Україні та у сільській місцевості в три рази, серед міських домогосподарств – у 2,9 раза. Така динаміка розподілу насправді не повністю показує глибину нерівномірності розподілу грошових ресурсів, оскільки під час розрахунку доходів населення використовують широке трактування доходів, включаючи до їх складу також вартість спожитої продукції, отриманої з підсобного господарства, суми безготівкових пільг та субсидій на оплату житлово-комунальних послуг тощо. Крім того, не враховуються тіньові доходи, які складають значну частку доходів населення України.

Якщо проаналізувати розподіл домогосподарств за самооцінкою рівня своїх доходів за 2013–2014 рр., можемо констатувати дещо іншу динаміку: частка домогосподарств, яка здійснювала заощадження, скоротилася з 10,7% до 8%; тих, кому було достатньо для споживання, проте без заощадження, зменшилася на 4% – до 46,9%. Значно зростала питома вага домогосподарств, які відмовляли собі в найне-

обхіднішому – з 34,9% до 41,4% тощо. Зазначимо, що подібна динаміка була характерна як для жителів міст, так і для сільських поселень. Відзначимо, що економічні очікування лише погіршувалися впродовж досліджуваного періоду. Якщо в 2013 р. 10,1%, 65,7%, 22,7% домогосподарств були переконані, що їх становище покращиться, залишиться без змін чи погіршиться, то в 2014 р. – 3,5%, 28,9%, 65,3% відповідно [7]. Крім того, згідно з опитуванням компанії Research&Branding Group, 2/3 жителів країни відзначали зменшення рівня доходів протягом останніх півроку [10].

Проблемою залишається й неефективна соціальна допомога. Головна політико-економічна причина – незацікавленість і супротив певних груп інтересів, а саме: 1) супротив порівняно заможних отримувачів пільг, яких набагато більше, ніж дійсно бідних, що є перешкодою для політиків-популістів, які орієнтуються просто на чисельність електорату; 2) несправедливість бюрократичного апарату, оскільки високосадовці є одними з основних користувачів державної системи знижок та інших матеріальних допомог; 3) незацікавленість розпорядників бюджетних коштів, оскільки розподіл коштів є міцною основою для корупційних відносин; 4) незацікавленість комунальних організацій, оскільки компенсація за пільгові послуги – це додаткове джерело підтримки їхнього фінансового стану незалежно від якості послуг. Система соціального захисту (адресна соціальна допомога) орієнтується не на заслуги чи статус людини, а саме на здатність людини (сім'ї) себе забезпечити матеріально. Фактично саме такий принцип – допомога дійсно бідним – і є домінуючим у світовій практиці. Хоча базовий принцип був обраний правильно, досвід пільгової системи вплинув на формування адресних механізмів [5, с. 20].

В Україні значна частка населення отримує соціальну допомогу. У 2015 р. близько 12 млн. осіб отримували пенсії, 15 млн. домогосподарств одержували субсидії для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг. У 2013–2015 рр. питома вага тільки видатків ПФУ України у ВВП складала 14–16%. Проте є чимало осіб, які такої допомоги не потребують – псевдоінваліди, особи, які працюють у неформальному секторі, трудові мігранти та низка категорій населення, які користуються безкоштовними послугами, що компенсуються з Державного бюджету. Як і раніше, залишається гострим питання низької адресності окремих видів допомог з точки зору підтримки найбільш уразливих верств населення [4, с. 25]. У зв'язку з цим серед напрямів удосконалення соціальної політики вбачаємо вдосконалення обліку, посилення адресного характеру соціального захисту незахищених верств населення тощо.

Сучасний період економічного розвитку часто називають ерою «консумеризму», коли розвиток національної економіки стимулюється через збільшення попиту. Водночас для України характерний дуже низький рівень заощаджень не лише в кризовий, але й у період економічної стабільності. Це негативно впливає на внутрішні інвестиційні можливості національної економіки, а відповідно, й на економічне зростання. Для забезпечення підвищення рівня доходів населення та ефективності соціальної політики необхідно здійснити комплекс соціально-економічних заходів фіскальної, монетарної, валютної, соціальної політики тощо. У сучасних умовах необхідно стабілізувати національне виробництво та вийти на зростаючий тренд реального ВВП. Пожвавлення економіки дозволить підвищити рівні зайнятості, номінальних і реальних доходів населення тощо. Для цього необхідно провести системну податкову реформу та знизити рівень корупції в країні. Одним із пріоритетів є створення сприятливого бізнес-середовища в Україні, оскільки розвиток малих та середніх підприємств сприятимуть збільшенню доходів населення, наповненню бюджету, скороченню обсягу соціальних допомог. Пріоритетами сучасної соціальної політики мають бути підвищення якості соціальних послуг, розвиток дієвої системи соціального інвестування, активізація використання комерційних організацій для розвитку соціальної інфраструктури. З боку Національного банку України важливо стабілізувати курс валюти, оскільки це зумовлює песимістичні чи оптимістичні очікування суб'єктів господарювання та збільшує попит на іноземну валюту.

зувати національне виробництво та вийти на зростаючий тренд реального ВВП. Пожвавлення економіки дозволить підвищити рівні зайнятості, номінальних і реальних доходів населення тощо. Для цього необхідно провести системну податкову реформу та знизити рівень корупції в країні. Одним із пріоритетів є створення сприятливого бізнес-середовища в Україні, оскільки розвиток малих та середніх підприємств сприятимуть збільшенню доходів населення, наповненню бюджету, скороченню обсягу соціальних допомог. Пріоритетами сучасної соціальної політики мають бути підвищення якості соціальних послуг, розвиток дієвої системи соціального інвестування, активізація використання комерційних організацій для розвитку соціальної інфраструктури. З боку Національного банку України важливо стабілізувати курс валюти, оскільки це зумовлює песимістичні чи оптимістичні очікування суб'єктів господарювання та збільшує попит на іноземну валюту.

Висновки. Таким чином, на підставі вищезазначеного виділимо основні напрями реформування, щоб покращити стан розподілу доходів в Україні: 1) збільшення доходів від трудової діяльності та підвищення продуктивності праці. Сьогодні одна година роботи в країнах ЄС коштує в середньому 23 євро, що у 10–15 разів більше, ніж заробляє українець; 2) підвищення рівня зайнятості населення через спрощення оподаткування, залучення інвестицій, створення нових робочих місць; 3) уведення системи адресної соціальної допомоги та соціальних послуг з перевіркою реального рівня життя; 4) соціальна підтримка осіб з обмеженими фізичними можливостями та їх соціалізація; 5) детінізація економіки та зменшення рівня корупції тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бервено О. Вплив надмірної нерівності доходів на якість життя / О. Бервено // Проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 304-308.
2. Винник О. Подолання бідності зайнятого населення шляхом удосконалення соціально-трудова відносин / О. Винник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 6. – С. 81-84.
3. Дубенська О. Економіка після Майдану. Населення України. В лещатах бідності та економії / о. Дубенська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/07/15/550667/>.
4. Комар Н. Теоретичні підходи до вивчення проблем бідності: глобальний та країний виміри / Н. Комар // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 2. – С. 23-33.
5. Гарін Б. Перерозподільна функція держави в Україні / Б. Гарін // Вчені записки Університету «КРОК». – 2014. – № 37. – С. 18-24.
6. Стрішенець О.М. Економічна теорія: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / О.М. Стрішенець, Л.В. Єлисеєва, В.І. Ліщук. – Луцьк: СЛУ ім. Лесі Українки, 2014. – 240 с.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // www.me.gov.ua.
9. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
10. Research &BrandingGroup [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rb.com.ua/rus/>.
11. Рейтинг Purchasing Power Europe, 2014–2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://ec.europa.eu/eurostat/web/purchasing-power-parities>.
12. Офіційний сайт ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.un.org/.

УДК 330.342.14

Зайцев О.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Сумського державного університету

ЗОВНІШНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КАПІТАЛІСТИЧНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Статтю присвячено історичним умовам виникнення капіталізму. Звернуто увагу на умови стимулювання економічних процесів. Розглянуто методи подолання фінансових криз. Зроблено висновок про необхідність пошуку ендогенного (внутрішнього) механізму розвитку ліберальної економіки.

Ключові слова: продовольча криза, розвиток обміну, розвиток виробництва, розширення ринків, капіталізм, Федеральна резервна система, рейганоміка, платоспроможний попит.

Зайцев А.В. ВНЕШНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КАПИТАЛИСТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Статья посвящена историческим условиям возникновения капитализма. Обращено внимание на условия стимулирования экономических процессов. Рассмотрены методы преодоления финансовых кризисов. Сделан вывод о необходимости поиска эндогенного (внутреннего) механизма развития либеральной экономики.

Ключевые слова: продовольственный кризис, развитие обмена, развитие производства, расширение рынков, капитализм, Федеральная резервная система, рейганомика, платежеспособный спрос.

Zaitsev O.V. EXTERNAL MACROECONOMIC CONDITIONS FOR THE OCCURRENCE AND DEVELOPMENT OF THE CAPITALIST ECONOMIC SYSTEM

The article is devoted to the historical conditions of the emergence of capitalism. The authors pay attention to the study conditions for the start of the economic process. The methods of overcoming the financial crisis. The conclusion about the necessity to find of the internal mechanism of the development of a liberal economy.

Keywords: food crisis, development of exchange, the development of production, markets increase, capitalism, Federal Reserve System, Reaganomics, money-pulled demand (pay-capable demand).

Постановка проблеми. За останній час (2000–2014 рр.) в Україні інтенсивно обговорювалася та науково розроблялася концепція сталого розвитку. Уже понад три десятиріччя світова політична еліта та науковий соціум, особливо економічна спільнота, працюють у напрямку втілення в життя принципів моделі сталого розвитку. Це загальноприйнятний напрям світового розвитку. Про нього, можливо, й не було б потреби згадувати, принаймні в контексті даної статті, якби задекларовані в Україні напрямки реформ не були пов'язані з цією концепцією. Указом Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015 схвалено Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» і взято напрям на її практичне впровадження [1]. Рух уперед, згідно зі Стратегією, передбачає, що «Україна має стати державою з сильною економікою та з передовими інноваціями. Для цього передусім необхідно відновити макроекономічну стабільність, забезпечити стійке зростання економіки...» [1].

Звернемо увагу на макроекономічні показники в Україні за останні роки (табл. 1) [2, с. 28].

За даними табл. 1, економічний спад почався в Україні із середини 2012 р., тобто ще до Майдану гідності і до російської агресії. Отже, у 2012 р. стали статистично помітними якісь діючі на економіку чинники, що мали на неї негативний вплив. Зрозуміло, що ці негативні чинники почали свою руйнівну дію ще до того і лише у 2012 р. проявили себе в економічних показниках. Очевидним є те, що загарбання Криму та неоголошена війна Росії проти України на Донеччині та на Луганщині посилили вже існуючі тенденції падіння. Саме тому 2015-й став роком економічного спаду більш сильного, ніж 2014 р. На нашу думку, треба знайти ті чинники, які викликали економічний спад ще до початку агресивних дій Росії. Уважаємо, що з'ясувавши такі причини, можемо мати більш науково обґрун-

тований погляд на поточну економічну дійсність. А це, у свою чергу, дозволить знайти механізми припинення спадної тенденції, або, згідно зі Стратегією – 2020 [1], «...відновити макроекономічну стабільність...», яка дасть змогу «...забезпечити стійке зростання економіки...».

Дослідження, публікації, виклад історичного матеріалу. У 1468–1469 рр. у Франції і Бургундії встановлюються такі сильні морози, що вино промерзає наскрізь навіть в підвалах. Винний лід розпилюють і продають шматками на вагу. У 1477 р. у битві при Нансі (північно-східна Франція) гине бургундський герцог Карл Сміливий, який програв бій через потужні холоди і хуртовини [5].

У 1495–1496 рр. Балтійське море замерзає цілком. Війська «імператора Московії» Івана Великого штурмують Выборг по льоду Фінської затоки. Історик Альберт Кранціус, що живе в Любеку (північ Німеччини), у своїй праці «Вандалія» зазначає: «Море (Балтійське – авт.) замерзає так сильно, що можна дійти по льоду в Данію і Пруссію. У деяких місцях на льоду є навіть заїжджі двори для зручності мандрівників» [5].

У 1536 р. король Англії Генріх VIII бавився на льоду Темзи (Лондон) катанням на санях [5]. У 1601 р. на Яблучний Спас покорилося льодом Москва-ріка. Це дані Британського адміралтейства, а отже, мова йде не про 19 серпня за сучасним календарем, а про дату на 13 днів раніше, тобто про 6 серпня. Сніг же в тому році розтанув лише в кінці травня, і все літо було дуже холодним. Подібне повторилося ще й на наступний рік(!). На Русі настав голод, слідом за цим – мор і криза у владі і, як результат, – початок Смутних часів [5]. У літописах згадується «літо без літа» 1604 р., коли в червні на Європейській території Росії їздили на санях, а замети були такі, що в них пов'язали коні й люди [6].

Таблиця 1

Індекси основних соціально-економічних показників, % до попереднього року

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Валовий внутрішній продукт:						
– у цінах попереднього року	104,1	105,4	100,2	100,0	93,2	84,8 [3]
– у розрахунках на одну особу	104,5	105,8	100,4	100,3	93,5	x
Реальний наявний дохід населення	117,1	108,0	113,9	106,1	91,6	x
Продукція промисловості	111,2	108,0	99,5	95,7	89,9	86,6 [4, с. 3]
Перевезення вантажів усіма видами транспорту	108,7	106,8	98,2	99,1	90,1	89,4 [4, с. 3]
Оборот роздрібної торгівлі	109,8	114,8	115,0	108,7	91,1	79,3 [4, с. 3]
Кількість зайнятих	104,4	100,3	100,1	100,2	93,6	x
Кількість безробітних	91,2	97,0	95,6	95,1	122,3	x
Середньомісячна заробітна плата:						
– номінальна	120,0	117,6	114,9	107,9	106,0	119,1 [4, с. 6]
– реальна	110,2	108,7	114,4	108,2	93,5	78,9 [4, с. 6]

XVI ст. «Через те, що торговці мають звичай відправлятися з вантажем у кінці жовтня, іноді їх застигає сніг, і на ранок знаходять каравани похованими і потонулими в снігу, і в живих нікого не залишається». Про який географічний регіон йде мова? Про Чукотку? Ні, про Сахару. Свідомство залишив географ XVI ст. Іоанн Лев Африканський [5].

Отже, із середини XV, упродовж XVI та в перші десятиріччя XVII ст. у Північній Європі відбувалося значне похолодання. Урожайних років було занадто мало, щоб урожай у ці роки міг задовольнити необхідні потреби населення Північної Європи у продовольстві. Але поряд, на півдні Європи, продовольства значно більше, там є його надлишок. Холод не дійшов узбережжя Середземного моря, його зупинили Піренеї, Альпи, Татри. На півночі Італії, за Альпами, як за камінною стіною, у Генуї, Турині, Вероні і Венеції, у Болоньї і Флоренції тепла волога погода. Вдвозж Дунаю та його притоків на теренах Середньодунайської та Нижньодунайської низин – майже тепличні умови для землеробства. Продовольчі товари є в наявності і в достатній кількості. Але їх можна одержати тільки через обмін, тобто продовольство продають за гроші – за золото, срібло, дорогоцінне каміння, інші коштовні речі. Де взяти гроші негайно, зараз і сьогодні – така проблема постала перед голодуючими мешканцями північної Європи. У селян грошей, звісно, не було. У феодалів гроші з'являлися в урожайні роки, але швидко витрачалися на війни та на підтримку відповідного до свого статусу рівня життя. У ремісників-цеховиків грошей небагато, мало хто купує їх продукцію: голод. У купців грошей замало: мало чого можна купувати та нема кому продавати – нема грошовитих покупців. Залишалися церкви й монастирі, які на той час накопичили величезні статки у формі золота, срібла, коштовностей, витворів мистецтва та релігійних реліквій. Усе це почали відбирати у монастирів як прості люди, так і феодали.

Саме в цей час на півночі Європи з'являється постать, яка для півночі Європи за своїм значенням може бути прирівняна до пророка ісламу Мухамеда або до Будди для буддистів. Мова йде про німецького християнського богослова, ініціатора Реформації, засновника протестантизму Мартіна Лютера (1483–1546), який у своїх 95-ти Тезах про індульгенції вибухає критикою щодо католицької церкви. Тези були написані латинською мовою, і, звісно, більшість населення тогочасної Європи не читала їх. Але всі знали, як відреагував на них глава католицької церкви Папа Римський Лев X. Він відлучає Лютера від Церкви. Лютер публічно спалює у дворі Віттенберзького університету папську буллу

про відлучення його від Церкви і в зверненні «До християнського дворянства німецької нації» оголошує, що боротьба з папським засиллям є справою всієї німецької нації. З цього моменту загальний рух конфіскації (пограбування) католицьких монастирів одержує релігійне підґрунтя. Після цього історики стали називати війни релігійними. Але економічна мета на той час для півночі Європи для всіх повстань і воєн залишалася незмінною – заволодіти коштами для купівлі продовольчих та інших товарів.

Звісно, еліта того часу розуміла, що надовго коштів монастирів не вистачить. Сучасною мовою така модель економічних відносин базувалася на моделі надходження грошей і грошових коштів ззовні. Довго продовжуватись так не могло. І тому об'єктивно, незалежно від бажань будь-кого, почався пошук нової моделі господарювання. Почалося творення економічної моделі, в основу якої ліг обмін товарами за гроші. Може бути заперечення, що й до цього товари продавалися та купувалися за гроші. Відмінність нової концепції в тому, що будь-хто без винятку мав право купувати та продавати у великих обсягах, а раніше оптовою купівлею-продажем дозволялось займатися лише визначеній групі людей – купцям і лише купцям, це так звана цехова система феодального господарювання. І з'явилося ще одне суттєве нововведення. Поряд із торгівлею товарами на рівні закону дозволили торгувати і грошима, тобто було знято заборону на позичковий процент. До цього грошима торгували, але це було незаконним і Церквою заборонялося. Були лихварі, які давали гроші в борг під процент, але це було вкрай небезпечно, бо християнин міг давати гроші в борг, але не міг брати за це з боржника як за послугу додаткову суму грошей (процент) – так вчить християнство.

Через 15–20 років після антикатолицьких Тез Лютера з'явилися перші банки. Одержання грошей на торгівельній операції стало значно простішим і більш доступним. Масове надання банками кредитів різко підвищувало платоспроможний попит на товари. Підвищений попит спричинив розвиток виробництва. Цехова система не могла задовольнити зростаючий попит. З'являються більш технологічні виробництва, які виробляють більшу ніж цехові майстерні кількість товарів. Щоб встигати за попитом, йде інтенсивний розподіл праці. Саме розподіл праці давав різке збільшення товарів. Народжується новий економічний устрій – капіталізм. Про те, що європейський капіталізм вважає своїм відправним пунктом протестантизм, писав Макс Вебер у роботі «Протестантська етика і дух капіталізму» [7, с. 44–271]. У XVIII ст. набуває основних своїх рис концепція лібералізму, згідно з якою виробництво в Європі має

стійкий зростаючий розвиток завдяки системі банківського фінансування виробництва. У ліберальній, тобто капіталістичній, системі існує один суттєвий фактор: капіталізм як економічна система працює за наявності платоспроможного попиту. Відсутність платоспроможного попиту зупиняє капіталістичне виробництво. Іншими словами, відсутність грошей у кінцевого споживача зупиняє весь промислово-технологічний ланцюг виробництва товарів, тому що ці товари нема кому купувати, нема грошей у покупця. Тобто криза капіталістичної системи – це той же стан, що й створив цю систему, – відсутність платоспроможного попиту.

Мета статті полягає в тому, щоб виділити, показати й обґрунтувати ключові умови механізму запуску економічних процесів, які загальмують механізм згортання, припинять затухання економічних процесів та запустять економіку у протилежному напрямку, – у напрямку розгортання.

Виклад основного матеріалу дослідження. У період з XV до початку XX ст. проблема платоспроможного попиту вирішувалася шляхом перерозподілу дорогоцінних металів та коштовного каміння, з одного боку, та географічним розширенням ринків збуту товарів – з іншого. Так як золото, срібло, інші коштовності вже були «розпорошені» світом, капіталістичне виробництво також поширювалося світом, йдучи до регіонів, де ще був капіталізмом не залучений в обіг, «законсервований», створений тисячолітнім розвитком золото-срібно-коштовно-землевласницький попит. За ліберальною теорією капіталізм функціонує виключно через посередника, ім'я якому – гроші, або фінанси. В умовах грошового золото-срібного біметалізму капіталізм міг розвиватись лише поширюючись географічно. Беручи до уваги географічну умову розвитку капіталістичної системи, то її першим помітив А. Сміт і припустив, звісно, теоретично, що у капіталістичної системи господарювання може бути системна зупинка. А потім К. Маркс теоретично обґрунтував припущення, що капіталізм припинить своє функціонування, коли не буде мати можливостей розширювати свої ринки збуту. А розширення ринків має свої межі, бо земна поверхня не безмежна.

Фактично ринки збуту перестали розширюватися на початку XX ст. У цей час у світі сформувалися чотири промислово-технологічні зони: Британська, до якої входили Великобританія, Франція, Бельгія, Голландія кожна зі своїми колоніями в Індії, Індокитаї, в Африці, в тихоокеанському регіоні, на ближньому та середньому сході; Німецька, до якої входили Німеччина зі своїми колоніями, Австро-Венгрія, Італія, Туреччина, Російська імперія, більшість країн Центральної Європи; США та країни її впливу; на Дальньому Сході з'явилась нова імперія – Японія. Ці чотири економічні системи, розширюючись, натикались одна на одну й стали протидіяти одна одній. На початку XX ст. економічні системи багатьох країн стали зупинятися, виникла криза у виробництві, викликана тим, що розширення майже зупинилося.

У кожній країні самостійно шукали шляхи подолання фінансової кризи. У Німеччині, наприклад, на державному рівні втілили розробки Г.Ф. Кнаппа, згідно з якими було обрано напрям вилучення з обігу золота та переходу до паперово-грошової емісії грошей. За теорією Г.Ф. Кнаппа, держава визначає цінність грошової одиниці та контролює і регулює грошову масу [8, с. 318]. Підприємства Німеччини отримали державні закази та банківські кредити за рахунок емітованих державою паперових грошей.

Промисловість запрацювала, економіка Німеччини вийшла на шлях зростання за всіма показниками. Але фінансова еліта розуміла – без розширення ринків економіка країни знову повернеться до кризового стану. Перша світова війна ставала неминучою.

Але нас більше цікавить криза 1907–1908 рр. у США. Цікавить не сама криза, а те, яким чином її подолали. Ця криза мала фінансову сутність: у багатьох банків не було чим кредитувати виробництво, тому що багато підприємств узяті раніше кредити банкам не повернули. Підприємства потребували нових кредитів, а банки не мали наявних грошових ресурсів. У такій ситуації в 1910 р. у великій таємниці на острові Джекіль, що в Атлантичному океані, недалеко від штату Джорджія, зібралися найвпливовіші банкіри. Один із них, Дж.П. Морган, через своїх представників запропонував власникам провідних банків, по-перше, провести взаємозалік поміж банків, по-друге, тим банкам, в яких після взаємозаліку випило негативне сальдо (збитки), за рахунок коштів своїх банків покрив їх збитки без зобов'язань повертати надані ним гроші. Після цього банківська система запрацювала. Але всі розуміли, що такі заходи є тимчасовими, тому банківська еліта на спільних зустрічах на острові випрацювала простий рецепт запобігання майбутнім кризам банківської неплатоспроможності. Якщо виникне необхідність, то покривати збитки банкам або наращувати грошові резерви бажано, щоб це робив не Дж.П. Морган або будь-хто із банкірів, а щоб це робила підконтрольна цим же банкірам окрема установа, яка б мала законне право друкувати гроші та надавати їх банкам за їх проханням. 23 грудня 1913 р. президентом Сполучених Штатів В. Вільсоном був підписаний закон про Федеральну резервну систему. Цим законом започатковано не державну за управлінням та наддержавну за функціями надбанківську інституцію, яка друкуванням та розподілом грошей підтримує кредитоспроможність комерційних банків США [9, с. 82–110]. З часом ФРС стала прикладом для реорганізації або створення кожною країною своїх центральних банків.

Зазначені та інші заходи на початку XX ст. тимчасово покращали економічне становище в багатьох країнах, але проблему розширення ринків вирішити не могли. Необхідність географічного розширення ринків переросла у воєнні експансії, що охопили увесь світ. Перша світова війна була війною за розширення ринків як сировинних для збільшення товарного виробництва, так і ринків збуту. Після закінчення Першої світової питання перерозподілу сировинних ринків та ринків платоспроможного попиту залишилися невирішеними. Мало того, після Першої світової війни виникло вже п'ять замість чотирьох довоєнних промислово-технологічних зон: до Британської, Американської, Німецької та Японської додалася нова – СРСР. Друга світова війна була неминучою.

Після Другої світової війни світ фактично став поділеним на дві економічні системи – капіталістичну, під домінуванням США, та соціалістичну – під домінуванням СРСР. Соціалістична система за ідеологією була антиліберальною, а за грошовим функціонуванням спрямована все на той же платоспроможний попит. На цій підставі кожна із систем могла безкризово розвиватися лише за умов свого розширення. Протистояння було досить жорстким, тому й одержало назву «холодна війна». Неможливість розширюватися викликала в кінцевому результаті в кожній із систем кризу.

Першою у часі спалахнула криза у США, що почалася в 1971 р. У цей час економіка СРСР була зростаючою. Десять років, з 1971 по 1981 р., у Сполучених Штатах відбувався сталий економічний спад. Вихід було знайдено. Уряд Сполучених Штатів у 1981 р. запустив у дію механізм, по суті, друкування та «роздачі» грошей пересічним громадянам США (найма-ним працівникам, службовцям, безробітним). Роздача грошей була, звісно, не безкоштовною. Гроші міг взяти будь-хто під невеликий процент, але витратити міг їх виключно на купівлю товарів повсякденного споживання – на побутову техніку, на меблі, на одяг та взуття, на купівлю автомобіля тощо. Такий кредит одержав назву споживчого. Мало того, дозволялося брати наступні споживчі кредити, незважаючи на невиплачені попередні кредити. У 80-ті роки у Сполучених Штатах вибухнув платоспроможний попит. Підприємства запрацювали з новим потужним зростанням. Рівень життя середньостатистичного американця значно виріс. ВВП на душу населення став найвищим у світі. Таку економіку назвали ім'ям президента США Р. Рейгана, який її запровадив, – рейганоміка.

У кінці 80-х років увійшов у кризу внутрішньої неплатежездатності СРСР. У даній статті немає сенсу аналізувати кризовий стан СРСР кінця 80-х років ХХ ст. Нас цікавлять механізми виходу із кризового стану. СРСР із кризи не вийшов. Пересічні громадяни, переважна більшість господарського та політичного керівництва держави, досить спокійно віднеслись до розпаду СРСР. На нашу думку, така непатріотичність була викликана порівнюванням рівнів життя з високим штучно платоспромож-но-організованим попитом у США та інших розвинених країнах заходу із кризовим на той момент низько-платоспроможним рівнем життя в СРСР.

Починаючи з 90-х років на терени Східної Європи та в країні бувшого СРСР економічні системи США та розвинутих країн Західної Європи почали своє частково промислове, а за фактом переважно попи-тове розширення.

У сучасному світі станом на початок 2016 р. вже, на нашу думку, не існує антагонічних географічно протидіючих ліберальних (капіталістичних) економічних систем, але продовжується фінансова боротьба за ринки збуту. Приблизно з 2012 р. починається загальносвітовий економічний спад, викликаний тим, що закінчуються територіальні можливості розширювати ринки збуту. У потенційних покупців усе менше грошей. Тобто попит на товари є, але він обмежено платоспроможний, і обмеженість повільно, але неухильно зростає, іншими словами, платоспроможний попит набуває спадної тенденції. І тут глобальними територіальними впливами проблему не вирішити. Політичний контроль території сам по собі не гарантує підвищення платоспроможного попиту. Цей попит створюється виключно економічними заходами.

Висновки. Історичний екскурс, викладений у статті, на нашу думку, показує наступне.

По-перше, механізм оживлення капіталістичної економіки завжди носив фінансовий, тобто грошовий характер. У період Реформації у Північній Європі, там, де виник капіталізм як економічна система, фінансовими ресурсами виступили віді-

брані у католицьких церков та монастирів цінності та їх подальший перерозподіл упродовж ХVII ст. ХVII–ХVIII ст. – інтенсивний пошук золота та інших цінностей за межами Європи з метою застосування їх в операціях обміну. ХVIII ст. – масове ввезення до Європи цінностей, сировини й товарів із заморських колоній. Це викликало поживлення торгівлі і виробництва. ХІХ ст. – ніким не контрольована масова емісія декларованих як розмінних на золото, а по факту – неповноцінних грошей. Саме такі гроші стали умовою бурного росту європейського капіталістичного виробництва. У ХХ ст. уже не використовують золото як фінансовий каталізатор попиту. Гроші друкуються державними та не державними установами і все частіше використовуються для поживлення економіки через фінансування попиту, як промислового, так і споживчого.

По-друге, на перший план виступає умова, що будь-який зростаючий розвиток ліберальної економіки на практиці відбувався за допомогою виключно зовнішніх чинників. Тобто цінності, гроші, фінансові ресурси надходили ззовні, і за їх допомогою, як правило через попит, економіка виходила з кризи.

Таким чином, умови, при яких може здійснюватися розвиток процесу капіталістичного виробництва, – це зовнішні відносно виробництва умови. На поточний момент подолання спадних тенденцій вбачається в зовнішньому фінансовому впливанні в економіку додаткових грошових коштів. Але такі заходи вже не призводять до очікуваного економічного росту.

На нашу думку, треба брати іншу модель розвитку тієї ж капіталістичної економічної системи. Замість екзогенного механізму стабілізації та розвитку економіки звернути увагу на пошук ендогенного механізму розвитку ліберальної економіки. Саме цей напрям є пріоритетним для України у пошуку механізму макроекономічної стабілізації. Цей напрям і є подальшим розвитком наших економічних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Статистичний щорічник України за 2014 рік / За ред. І.М. Жук. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 586 с.
3. Итоги 2015: год экономического спада для Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/hot/infographics/itohi-2015-hod-ekonomicheskoho-spada-dlja-ukrainy-infografika-678360.html>.
4. Доповідь «Про соціально-економічне становище України за 2015 рік» / За ред. І.М. Жук. – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 73 с.
5. «Сибирские морозы» не раз приходили в Европу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/society/31119>.
6. Самое холодное лето в истории России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/1368886-samoe-holodnoe-letu-v-istorii-rossii-temperatura.html>.
7. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения / М. Вебер; пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденко. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
8. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 1. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. – К.: Академія, 2000. – 864 с.
9. Саттон Э. Власть доллара / Э. Саттон; пер. с англ. – М.: Фэри-В, 2003. – 192 с.

СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 336.748

Біттер О.А.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародної економіки та теорії фінансів
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Чалапко (Калник) Л.Д.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та теорії фінансів
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Кобзарук І.І.

*студентка
Львівського національного університету імені Івана Франка*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ ТА ПРОПОЗИЦІЯ ЗАХОДІВ З УПРАВЛІННЯ НИМ

Стаття присвячена дослідженню державного боргу України, аналізу державного боргу України за 2013–2015 рр. та виявленню загроз фінансової стабільності. Вдосконалення управління державним боргом та його обслуговування є актуальною проблемою. Ефективна боргова політика може підвищити рівень боргової безпеки, дасть змогу знизити розмір дефіциту державного бюджету та сприяти економічній міцності країни.

Ключові слова: державний борг, фінансова стабільність, фінансова безпека, дефіцит.

Біттер А.А., Чалапко (Калник) Л.Д., Кобзарук І.І. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА УКРАИНЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ ИМ

Статья посвящена исследованию государственного долга Украины, анализу государственного долга Украины за 2013–2015 гг. и выявлению угроз финансовой стабильности. Совершенствование управления государственным долгом и его обслуживание является актуальной проблемой. Эффективная долговая политика может повысить уровень долговой безопасности, позволит снизить размер дефицита государственного бюджета и способствовать экономической прочности страны.

Ключевые слова: государственный долг, финансовая стабильность, финансовая безопасность, дефицит.

Bitter O.A., Chalapko (Kalnik) L.D., Kobzaruk I.I. ISSUES OF THE DAY OF RESEARCH OF NATIONAL DEBT OF UKRAINE AND SUGGESTION OF MEASURES ON MANAGEMENT BY HIM

The article is devoted research of national debt of Ukraine, analysis of national debt of Ukraine, for 2013–2015 and exposures of threats of financial stability. Therefore perfection of management a national debt and his service is the issue of the day, as only an effective promissory policy can promote promissory strength security, will allow to reduce the size of deficit of the state budget and instrumental in economic durability of country.

Keywords: national debt, financial stability, financial safety, deficit.

Постановка проблеми. На шляху інтеграції української держави до ЄС виявилось багато проблем та викликів, особливо небезпечних в умовах зовнішньої агресії та ведення військових дій. Економіка України, як і держава в цілому, нині переживає надзвичайно складний період та потребує термінових ефективних перетворень.

Сучасна економічна ситуація в Україні демонструє, що одним із найвпливовіших чинників, який відчутно гальмує розвиток країни, є зростання до загрозованих параметрів боргового навантаження, надмірне залучення коштів на недостатньо вигідних умовах поряд із нераціональністю їх використання. Вони перешкоджають довгостроковому економічному зростанню та торpedують стан фінансової безпеки. Тому вдосконалення управління державним боргом та його обслуговування є актуальною проблемою, оскільки тільки ефективна боргова політика може підвищити рівень боргової безпеки, дасть змогу знизити розмір

дефіциту державного бюджету та сприяти економічній міцності країни.

Отже, державний борг – це не просто засіб залучення коштів для фінансування державних потреб, а й важливий інструмент державної політики держави, неефективне використання якого, в якісному і кількісному контексті, створюватиме умови для порушення стабільного функціонування економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових публікацій показав, що питання державного боргу досліджували багато вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких О.І. Барановський [1], К.М. Данелюк [5], В.М. Крикунова [5], Н.Б. Ярошевич [6]. Статистичний аналіз державного боргу та його впливу на економіку потребує постійного вдосконалення шляхом застосування нових методів дослідження, особливо в аспекті динамічних порівнянь, з метою оцінки та розробки заходів з уникнення негативних наслідків державних запозичень та боргового навантаження на економіку країни.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз державного боргу України за 2013–2015 рр. виявлення загроз фінансової стабільності та пропозиції заходів з управління ним. Об'єктом цього дослідження є аналіз державного боргу України за останні роки. Предметом дослідження є державний борг України, показники заборгованості України за останні роки.

Виклад основного матеріалу дослідження. На превеликий жаль, найбільшою звичкою сучасності є жити в борг. Причому йдеться не тільки про внутрішнє кредитування населення і бізнесу, а й про зовнішнє фінансування, на рівні держави. Отримуючи гроші ззовні, країна-позичальник начебто залишається у вигаді: залучає інвестиції у свою економіку, вирішує проблеми з виконанням бюджету та проведенням реформ. Та й, зрештою, заручається підтримкою авторитетних партнерів. Наприклад, таких структур, як Міжнародний валютний фонд, Світовий банк або Європейський банк реконструкції та розвитку.

Однак у кожній медалі є дві сторони. Зворотний бік викликає загрозу фінансовій стабільності, яку звикло підтримувати свою життєдіяльність за рахунок позикових ресурсів.

Під час кризи 2008–2009 рр. в такій ситуації опинилися декілька європейських країн, серед яких Греція, Ірландія, Португалія, Іспанія. Усі ці держави мали величезний обсяг зовнішніх позик, обслуговувати які вони просто не могли. У схожій ситуації нині опинилася й Україна. Розмір зовнішнього державного боргу, який перевищував обсяг номінального ВВП нашої країни, згенерованого у 2014 р., змусив українську владу звернутися по допомогу до кредиторів.

Головною першопричиною виникнення і збільшення державного боргу є хронічний дефіцит бюджету України. Динаміка дефіциту державного бюджету України свідчить про постійне зростання цього показника.

Тенденція до зростання державного боргу України простежується упродовж декількох останніх років і визначається високим валютним ризиком зовнішньої заборгованості, нестабільною ситуацією з рефінансуванням боргів попередніх років, а також тиском боргових виплат на державні фінанси. Упродовж 2014 р. обсяг державного та гарантованого державою боргу, перетнувши граничний рівень, зріс з 584,4 млрд грн (40,2% ВВП) до 1100,8 млрд грн (70,7% ВВП) [8].

Факторами, що зумовили зростання державного боргу в 2014 р., стали:

- важка політична криза та військовий конфлікт, що тривав весь 2014 рік та наразі продовжується. Це вимагає додаткового фінансування сфери оборони;

- глибока економічна рецесія, викликана необхідністю переформатування економічних зв'язків, пов'язаних із втратою економічного вкладу АРК, частини Донецької та Луганської областей, відходом від економічного кооперування з Російською Федерацією, низкою внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на виконання доходної частини бюджету і вимагають додаткових джерел фінансування;

- наявність соціальних та інших зобов'язань держави, обов'язкових для виконання, незважаючи на економічну нестабільність; в першу чергу це забезпечення потреб населення у енергоносіях (природному газі та електроенергії), виконання зобов'язань з виплати пенсій тощо;

- необхідність додаткових коштів для здійснення структурного реформування та стабілізації економічної ситуації;

- фінансування за рахунок державних запозичень значного дефіциту державного бюджету, сформованого під впливом істотного зростання видатків на оборону (на 84,4%) та на обслуговування боргу (на 51,5%);

- необхідність подальшої бюджетної підтримки державних підприємств та банків шляхом збільшення їх статутних капіталів. Зокрема, у 2014 р. дефіцит НАК «Нафтогаз України», фінансування якого за відсутності інших джерел здійснювалось здебільшого за рахунок державних запозичень, склав 5,7% від ВВП, а загальний дефіцит (сальдо) сектору загальнодержавного управління та НАК «Нафтогазу України» близько 10,3% 4 ВВП [10].

Змінами до Закону України «Про Державний бюджет України на 2015 рік» передбачена необхідність подальшого збільшення статутного капіталу НАК «Нафтогаз України» – на 29,7 млрд грн, банківських установ – 36,5 млрд грн, Фонду гарантування вкладів фізичних осіб – на суму 20 млрд грн. У бюджеті Пенсійного фонду України на 2015 рік закладено дефіцит обсягом майже 19,0 млрд грн, що також буде покриватися за рахунок коштів Державного бюджету України.

Своєю чергою збільшення державного боргу України через зростання витрат на його обслуговування спричиняє приріст дефіциту державного бюджету. Виникнення такої «боргової спіралі» сприяє збільшенню темпів зростання державного боргу та дефіциту державного бюджету, погіршило економічну ситуацію України та спричинило виникнення боргової кризи [4].

Особливо небезпечним є суттєве збільшення в Україні обсягу зовнішнього боргу. Значна девальвація національної валюти протягом 2014 р. та початку 2015 р. (національна валюта девальвувала з 8 до 23-24 грн за долар США) призвела до зростання тієї частини боргу, яка номінована в іноземній валюті, та відповідних платежів за ним. Відбулося зростання державного та гарантованого державою зовнішнього боргу з 300,3 млрд грн, або 37,6 млрд дол. США (51,4% від загальної суми державного та гарантованого 5 державою боргу) в 2013 році до 612,97 млрд грн (55,6% від загальної суми державного та гарантованого державою боргу), або 38,8 млрд дол. США у 2014 році.

Ці процеси посилюють ризики залежності України від іноземного фінансування. Змінами до Закону України «Про Державний бюджет України на 2015 рік» визначено, що на 31 грудня 2015 року граничний обсяг державного боргу складе 1394,4 млрд грн. За прогнозами ж МВФ, обсяг державного та гарантованого державою боргу в 2015 році складе 1741,6 млрд грн (94,1% ВВП), у т.ч. державного – до 1385 млрд грн (75,4% ВВП) [3].

Усе це свідчить про динамічне зниження рівня боргової безпеки держави. Проте, за тими ж прогнозами, до кінця 2020 року показник рівня державного та гарантованого державою боргу знизиться до 71,0% ВВП.

Необхідно зауважити, що український державний борг є «дорогим» в обслуговуванні. Необхідність фінансування бюджетного дефіциту при відсутності доступу до дешевих фінансових ресурсів на фінансових ринках, змушувала брати кредити під високі відсотки. Тому протягом 2013–2014 рр. відбулося значне зростання вартості обслуговування державного боргу.

Упродовж 2014 р. в Україні відбулось стрімке зменшення обсягу міжнародних валютних резервів до 7,5 млрд дол. США на кінець року. А подальше

скорочення золотовалютних резервів до рівня 5,6 млрд дол. США станом на 01.03.2015 є антирекордом з червня 2003 р., тоді як мінімальний норматив золотовалютних резервів (покриття обсягу імпорту протягом трьох місяців) має становити близько 23 млрд дол. США [3].

Така ситуація знижувала можливості для погашення зовнішнього боргу і зумовлювала погіршення оцінок кредитного рейтингу України. Зокрема, у грудні 2014 року Standard&Poor's Ratings Services знизило довгостроковий суверенний кредитний рейтинг України в іноземній валюті до рівня «ССС-». Водночас було підтверджено короткостроковий кредитний рейтинг України в іноземній валюті на рівні «С». Знижено довго- й короткостроковий рейтинги в національній валюті до рівня «ССС+» та «С» 7 відповідно та надано негативний прогноз. У лютому 2015 р. Fitch Ratings відзначив довгострокові рейтинги дефолту емітента (РДЕ) в іноземній валюті на рівні «СС», короткостроковий рейтинг в іноземній валюті на рівні «С» та понизив довгострокові РДЕ в національній валюті до рівня «ССС».

24 березня 2015 року Moody's Investors Service (Moody's) знизило рейтинги за довгостроковими зобов'язаннями як в іноземній, так і в національній валюті від «Саа3» до «Са» та зберегло негативний прогноз. Погіршення рейтингових оцінок для країни до переддефолтного рівня несе ризик ще більшого закриття України для іноземного інвестування та відтоку іноземного капіталу. У ситуації, що склалася в державі навколо боргового навантаження, особливо гостро постає питання вдосконалення боргової політики.

Один з найбільших кредиторів України – хедж-фонди під управлінням Franklin Templeton. Ця компанія придбала широку популярність завдяки своїй контртрендовій стратегії, заснованій на купівлі проблемних активів. Керує фондом Майкл Хейзенстед, його називають «інвестор проти натовпу». Саме під керівництвом Майкла під час кризи фонд купив майже 10% держоблігацій Ірландії на 6 млрд доларів, що стабілізувало фінансовий ринок країни і в підсумку принесло вигоду інвесткомпанії. Franklin Templeton почав концентрувати борги України ще кілька років тому. Так, восени 2013 року Franklin Templeton був власником зобов'язань нашої країни на 5 млрд доларів. Натепер ця сума становить близько 6,5 млрд доларів.

Pacific Investment Management Company або PIMCO – ще одна компанія із США, що входить до числа найбільших світових інвесторів на ринку облігацій. Під управлінням PIMCO – близько 2 трлн доларів. З них основна частина припадає на боргові зобов'язання. Основним активом PIMCO вважається Pimco Total Return Fund, який займається вкладеннями в облігації, і він же є держателем трохи менше 300 млн доларів українських боргів.

Black Rock, зі штаб-квартирою в Нью-Йорку, управляє активами на 4770 млрд доларів. Мало того, що компанія інвестує в капітали «здорових» компаній (наприклад, володіє 5,7% акцій компанії Google і є другим за розміром її акціонером), вона також спеціалізується і на боргах проблемних позичальників. У тому числі, держав. Обсяг облігацій України в портфелі Black Rock – 258 млн доларів [4].

Протягом II кварталу 2015 р. валовий зовнішній борг України скоротився на 0,3 млрд дол. США і становив 126,0 млрд дол. США. Відносно ВВП обсяг боргу зріс за квартал з 95,1% до 109,8% від ВВП. Фінансовий та корпоративний сектори економіки скоротили обсяги зобов'язань перед нерезидентами на 5,7 млрд дол. США, натомість борг державного

сектору зріс на 5,4 млрд дол. США, переважно внаслідок залучення кредиту від Міжнародного валютного фонду (4,9 млрд дол. США) [7].

Після тривалих переговорів України таки вдалося домовитися з тимчасовим комітетом приватних кредиторів на чолі з Franklin Templeton з приводу реструктуризації державного боргу. Найбільші тримачі українських облігацій на чолі з американським фондом Franklin Templeton погодилися списати Україні 20 відсотків номінальної вартості єврооблігацій, зменшивши таким чином борг Києва міжнародним приватним кредиторам на 3,8 мільярда доларів США – до 15,5 мільярда. У свою чергу український уряд погодився на підвищення середньозваженої купонної ставки за цінними паперами до 7,75 відсотка річних з нинішніх 7,22 відсотка, а погашення єврооблігацій з термінами у 2015–2023 рр. буде відстрочено на чотири роки – до 2019–2027 рр.

Загальний же обсяг виплат за всіма зовнішніми кредитними угодами України оцінювався в розмірі 30 млрд дол. США з піком виплат у поточному і 2017 роках. Нині ж ця цифра збільшилася в гривневному еквіваленті після девальвації і доповнилася зобов'язаннями по нових позиках. Порівнюючи обсяг запозичень 2014 року з досвідом 2009–2010 рр., можна стверджувати, що ситуація не набула б неконтрольованого характеру, якби не трикратне знецінення гривні. А оскільки близько 55% державного боргу зосереджено в іноземній валюті, то його переоцінка призвела до того, що у 2015 році державний борг України, з урахуванням нових позик, має зрости до 1 трлн 394 млрд 430 млн 819,3 тис. грн, що зрівняється з прогнозним рівнем валового внутрішнього продукту країни [Бюджет України, 2015].

Платежі з обслуговування державного боргу в поточному році передбачені у розмірі 92,7 млрд грн (на 46,3 млрд грн більше плану 2014 року). Ця цифра становить 16% видаткової частини бюджету і є надто високою платою за «життя в борг», адже лише виплати за відсотками за держборгу стали найбільшою статтею видатків на 2015 рік. Зростає і безпосереднє боргове навантаження на працездатне населення України.

Отже, у 2014 році на одного працюючого загалом було сплачено понад 3,3 тис. грн по зовнішніх кредитах, а з 2007 року ця сума зросла в 11 разів.

Так, згідно зі стратегічним планом діяльності Міністерства фінансів України на 2015 бюджетний рік та два бюджетних періоди, що настають за плановим (2016–2017 роки) серед основних пріоритетів держави в борговій політиці виділено такі:

- удосконалення системи управління державним боргом;
- ефективна реалізація національних інтересів на міжнародній арені;
- якісне управління зобов'язаннями та підтримка кредитного рейтингу країни;
- забезпечення ефективності використання інвестиційних коштів бюджету;
- залучення позик, фінансових ресурсів, спільних з МФО на впровадження інвестиційних та інфраструктурних проектів, у т.ч. для економічної реабілітації та відновлення Донецької та Луганської областей.

Для покращення ситуації у сфері управління державним боргом України було здійснено низку важливих кроків:

1. Верховною Радою України прийнято Закони України «Про зміни до Державного бюджету України на 2015 рік» та «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо пенсійного забезпе-

чення», реалізація яких передбачає економію коштів Пенсійного фонду України та, відповідно, Державного бюджету України на покриття дефіциту Фонду у сумі 3,9 млрд грн. Це сприятиме стабілізації фінансового стану бюджету Пенсійного фонду України.

2. Для зниження боргового навантаження заплановано достатньо жорсткі заходи з покращення первинного структурного розширеного сальдо бюджету. Фінансування державного бюджету здійснюватиметься за рахунок залучення зовнішніх запозичень та надходжень від приватизації – відповідно, 163,1 та 17,0 млрд грн. У цілому розширений дефіцит державного бюджету та соціальних фондів знизиться до 8,8% ВВП у поточному році.

3. З метою посилення дії ринкового механізму та зменшення ризиків для населення з метою скорочення витрат на покриття дефіциту НАК «Нафтогаз України». Зокрема, регулятором ринку енергетики ухвалено рішення про підвищення роздрібною ціни на газ для домогосподарств в середньому на 285 відсотків та підвищення роздрібних цін на теплову енергію для домогосподарств в середньому на 67 відсотків, що вступило у дію, починаючи з 1 квітня 2015 р. Це дало змогу забезпечити зменшення витрат на фінансування НАК «Нафтогаз України» та підприємств теплокомуненерго з 7,0% до 1,6% ВВП. Одночасно здійснюються заходи з бюджетної підтримки населення через надання субсидій для компенсації підвищення тарифів.

4. Започатковано реформування чинної системи цін для населення з метою скорочення витрат на покриття дефіциту НАК «Нафтогаз України». Зокрема, регулятором ринку енергетики ухвалено рішення про підвищення роздрібною ціни на газ для домогосподарств в середньому на 285 відсотків та підвищення роздрібних цін на теплову енергію для домогосподарств в середньому на 67 відсотків, що вступило у дію, починаючи з 1 квітня 2015 р. Це дало змогу забезпечити зменшення витрат на фінансування НАК «Нафтогаз України» та підприємств теплокомуненерго з 7,0% до 1,6% ВВП. Одночасно здійснюються заходи з бюджетної підтримки населення через надання субсидій для компенсації підвищення тарифів.

5. Урядом України та Міжнародним Валютним Фондом започаткована нова програма взаємодії в рамках Механізму розширеного фінансування (EFF). Програма спрямована на відновлення макроекономічної стабільності в Україні, проведення структурних реформ та створення основи для економічного зростання і підвищення рівня життя населення. За умовами програми обсяг фінансування становить 17,5 млрд дол. США терміном на 4 роки. Перший транш кредиту в розмірі 5 млрд дол. США Україна вже отримала 13 березня. Другий транш, розрахунковий обсяг якого складає 1,6 млрд дол. США (в Мінфіні допускають, що його розмір може бути збільшений до 5 млрд дол. США), і всі наступні транші МВФ можуть бути одержані за підсумками щоквартальних оціночних місій Фонду, перша з яких очікується 15 червня. Згідно з новою програмою, у 2015 році Україна може отримати із зовнішніх джерел близько 16,3 млрд дол. США, включаючи 10 млрд дол. США за лінією Міжнародного валютного фонду. Серед міжнародної допомоги – кошти від Євросоюзу на 1,8 млрд дол. США та від уряду США на 2 млрд дол. США.

6. Розпочато перемовини щодо реструктуризації частини суверенного боргу, власниками якого є приватні кредитори.

Проведені заходи сприяють покращенню ситуації у сфері управління державним боргом, проте є декілька неприємних моментів для нашої країни, які уповільнюють її розвиток:

1. Україна не змогла домовитися про зниження процентних ставок, навпаки, вони дещо зросли.

2. Україна отримала відстрочку на виплату тіла боргу до 2019 року. Україна взяла на себе додаткові зобов'язання протягом 20 років (до 2025 року) виплачувати кредиторам додаткові суми, якщо економіка

буде зростати більше 3% в рік і якщо розмір річного ВВП перевищить \$125 млрд.

Ситуація яка склалася в нашій країні є дуже плачевною. Оскільки грошей на виплату державного боргу немає. Немає його завдяки тому, що долар за 1,5 роки впав з 8,1 до 22. Як прикладом може бути докризовий рівень ВВП України, який був на рівні \$180 млрд, а вже у 2014 році ВВП склав приблизно \$130 млрд.

Якщо зараз зростання ВВП поки що для нас фантастика, то через років 3-4 таке зростання цілком можливе. Інакше якщо навіть цього не відбудеться, то Україна перестане існувати як держава, тому що нам терміново потрібно збільшувати темпи росту. А в ідеалі частка зовнішнього державного боргу не повинна перевищувати 75% від ВВП. Тобто нам потрібен ВВП щонайменше в \$ 53-54 млрд. Це взагалі самий-самий мінімум, про який можна починати говорити. І потрібен він нам уже через 4 роки. Інакше нас знову накриє борговою мішок.

Висновки. У результаті виконаної роботи можемо зробити теоретичні та практичні висновки та пропозиції:

1. Аналіз державного боргу України за 2013–2015 рр показав тенденцію до зростання державного боргу України упродовж останніх років. Це визначається високими валютними ризиками зовнішньої заборгованості, нестабільною ситуацією з рефінансуванням боргів попередніх років, а також тиск боргових виплат на державні фінанси.

2. Існують загрози фінансовій стабільності. Основними з них є: важка політична криза та військові конфлікти, глибока економічна рецесія, наявність соціальних зобов'язань держави, необхідність додаткових коштів для здійснення структурного реформування та стабілізації економічної ситуації, дефіцит країни.

3. Необхідними є такі заходи з управління державним боргом України:

- Перш за все це планування. Варто ідентифікувати – у формі директив, які щорічно затверджуються – цілі управління державним боргом;
- Оцінка операцій. Запровадити порядок, відповідно до якого систематично проводитиметься фінансово-економічна оцінка фактичних результатів проведення як кожної окремої операції у сфері залучення кредитів і управління боргом, так і стану боргового портфеля загалом;
- Підтримка контактів з кредиторами. Без постійного зв'язку з кредиторами та інвесторами, причому не на епізодичній, а на регулярній основі, у справі управління держборгом не обійтися. Кредитори та інвестори мають право розраховувати на правдиву інформацію про потреби країни в позикових коштах у контексті ухваленної стратегії розвитку.
- Активне управління боргом. Мається на увазі, що після того як визначено цілі та проведено аналіз стану фінансових ринків, мають застосовуватися методи цільового впливу на структуру, включаючи терміни боргового портфеля.
- Управління ризиками. Безперервний моніторинг кредитних ризиків – одна з обов'язкових умов успішного управління боргом. Розподіл відповідальності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення): [монографія] / О.І. Барановський. – К.: КНТЕУ, 2004. – 759 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2015 рік»: Верховна Рада України; Закон від 06.12.2012 № 5515-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Інформаційне агентство УНІАН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/>.
5. Крикунова В.М., Данелюк К.М. Державний борг України: обсяг, динаміка, структура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Tavnv/2009_63_2/63_2_8.pdf.
6. Ярошевич Н.Б. Управління державним боргом: зарубіжний досвід та українська реальність / Науковий вісник. – 2009. – Вип. 17.8. – С. 266-271.
7. МВФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2015/cr1569.pdf>.
8. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=392721.
9. Національний Банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44464.
10. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 // Урядовий кур'єр. – 2015. – № 6.

УДК 330.34

Кожухова Т.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
Криворізького економічного інституту*

СВІТОВИЙ БАНК: СТРАТЕГІЯ ЩОДО ВИКОРІНЕННЯ ЗЛИДЕННОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОБРОБУТУ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

У статті досліджено основні стратегічні аспекти фінансової діяльності Світового банку щодо викорінення злидненості та забезпечення добробуту країн, що розвиваються. Розглянуто інструменти фінансування Світового банку, які включають фінансування інвестиційних проектів та фінансування на підтримку розвитку. Проаналізовано сучасний стан та визначено тенденції фінансування програм МБРР і МАР, спрямованих на викорінення крайньої бідності та забезпечення добробуту для всіх.

Ключові слова: фінансування, інвестиції, кредити, злидненість, Світовий банк.

Кожухова Т.В. ВСЕМИРНЫЙ БАНК: СТРАТЕГИЯ ПО ИСКОРЕНЕНИЮ НИЩЕТЫ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЛАГОСОСТОЯНИЯ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

В статье исследованы основные стратегические аспекты финансовой деятельности Всемирного банка по искоренению нищеты и обеспечению благосостояния развивающихся стран. Рассмотрены инструменты финансирования Всемирного банка, которые включают финансирование инвестиционных проектов и финансирование на поддержку развития. Проанализировано современное состояние и определены тенденции финансирования программ МБРР и МАР, направленных на искоренение крайней бедности и обеспечение благосостояния для всех.

Ключевые слова: финансирование, инвестиции, кредиты, нищета, Всемирный банк.

Kozhukhova T.V. WORLD BANK: STRATEGY FOR POVERTY ERADICATION AND WELFARE OF DEVELOPING COUNTRIES

In the article the basic aspects of the World Bank financial strategy for poverty eradication and welfare in developing countries have been examined. Instruments of World Bank financing, including the financing of investment projects and funding to support the development have been investigated. The current situation and trends of IBRD and IDA funding programs for extreme poverty eradication and general prosperity ensuring have been identified and analyzed.

Keywords: financing, investments, loans, poverty, the World Bank.

Постановка проблеми. Новий порядок денний у сфері розвитку [1], прийнятий на саміті ООН у 2015 р., визначив цілі у сфері сталого розвитку та завдання, що передбачають продовження роботи, розпочатої в період дії Декларації тисячоліття [2]. Найважливішим глобальним завданням і однією з необхідних умов сталого розвитку є ліквідація злидненості. Незважаючи на значні досягнення світового співтовариства у скороченні бідності й голоду, проблема залишається актуальною. За даними доповіді ООН «Цілі розвитку тисячоліття» (2015 р.), у всьому світі число людей, які живуть в умовах крайньої бідності, скоротилося більш ніж наполовину – з 1,9 млрд. осіб у 1990 р. до 836 млн. осіб у 2015 р. [3]. Важливість надання міжнародними фінансовими установами згідно з їх мандатами допомоги всім країнам, особливо країнам, що розвиваються, у забезпеченні можливостей для стратегічного маневру визнана у підсумковому документі Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 року» [1]. Взяти на себе провідну роль

у визначенні шляхів фінансування програми розвитку на період після 2015 р. ООН закликала Світовий банк, метою якого є підвищення рівня життя країн, що розвиваються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам фінансування міжнародними інститутами сталого розвитку країн, що розвиваються, присвячено праці багатьох зарубіжних та вітчизняних учених. Питання позиціонування Світового банку вивчали К. Гілберт [4], А. Пауел [4], Д. Вайнс [4]; роль Світового банку в скороченні злидненості розглядали М. Клеменс і М. Кремер [5], П. Камек [6]; підхід Світового банку до надання міжнародної економічної допомоги та дані, що лежать в основі відбору країн-реципієнтів, досліджував І. Васкес [7]. Серед вітчизняних науковців варто виділити О.Г. Білоруса та Ю.М. Мацейко [8], які досліджували загальні питання фінансування глобального сталого розвитку; В.Є. Новицького [9], який розглядав використання зовнішніх фінансових ресурсів у процесі світового економічного розвитку; С.М. Смолянкіну [10],

яка визначила роль міжнародних фінансових організацій у забезпеченні міжнародної екологічної безпеки в умовах глобалізації. Необхідність активізації зусиль міжнародних фінансових інститутів у сфері фінансування сталого розвитку у зв'язку з прийняттям нового порядку денного до 2030 р. визначає потребу в дослідженні стратегії Світового банку щодо викоринення злиденності та забезпечення добробуту країн, що розвиваються.

Мета статті полягає у дослідженні стратегії Світового банку щодо викоринення злиденності та забезпечення добробуту країн, що розвиваються.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР) і Міжнародної асоціації розвитку (МАР), що входять до групи Світового банку, спрямована на досягнення двох цілей – викоринення крайньої бідності шляхом скорочення до 2030 р. до 3% частки світового злиденного населення і забезпечення добробуту для всіх шляхом збільшення доходів 40% найбідніших жителів кожної країни [11]. Досягнення даних цілей здійснюється Світовим банком через надання позик, кредитів, грантів, гарантій, продуктів управління ризиками та експертних рекомендацій у сферах розвитку, а також координацію заходів з вирішення регіональних та глобальних завдань.

З метою сприяння сталому розвитку МБРР випускає облігації на міжнародних ринках капіталу, використовуючи ресурси для скорочення бідності й забезпечення зростання в інтересах усіх верств населення, надаючи позики, гарантії, інструменти управління ризиками та консультативні послуги країнам із середнім рівнем доходу і платоспроможним країнам з низьким рівнем доходу.

МАР є найбільшим багатостороннім джерелом пільгового фінансування найбідніших країн світу і основним інструментом досягнення в цих країнах цілей Світового банку. МАР підтримує зусилля країн у сфері підвищення темпів економічного зростання, скорочення масштабів бідності та покращання умов життя бідних верств населення. У 2015 р. критеріям для отримання допомоги МАР відповідали 77 країн, що мали дохід \$1 215 або менше на душу населення [12]. Поповнення бюджету МАР здійснюється раз на три роки за рахунок внесків розвинених країн, а також інших організацій групи Світового банку: МБРР і Міжнародної фінансової корпорації.

Інструменти фінансування Світового банку включають фінансування інвестиційних проектів (ФІП) та фінансування на підтримку розвитку (ФІР).

ФІП розраховане на довгострокову перспективу (від 5 до 10 років) і використовується в усіх сферах діяльності, насамперед в таких, як інфраструктура, розвиток людського потенціалу, сільське господарство та державне управління. Урядам країн надаються фінансові ресурси у вигляді позик МБРР і кредитів/грантів МАР, а також гарантій для сприяння діяльності, спрямованої на створення фізичної/соціальної інфраструктури, необхідної для скорочення масштабів бідності та забезпечення сталого розвитку. На відміну від кредитування на комерційних умовах, що здійснюється Світовим банком, ФІП не тільки забезпечує надання необхідних фінансових ресурсів країнам-позичальникам, але й слугує стійким механізмом поширення глобальних знань і надання технічної допомоги. Зокрема, здійснюється фінансування аналітичної діяльності та проектування на концептуальних стадіях розробки проекту, технічної допомоги та експертної оцінки на стадіях реалізації проекту та інституційного будівництва [12].

ФІР передбачає прискорене надання фінансової допомоги, що дозволяє позичальнику покрити поточні або прогнозовані потреби у фінансуванні. ФІР має на меті сприяння зусиллям позичальника у забезпеченні сталого розвитку в рамках програми дій політичного та інституційного характеру (підвищення ефективності управління державними фінансами, поліпшення інвестиційного клімату, усунення недоліків з метою підвищення ефективності надання послуг та диверсифікація економіки). Фінансові ресурси використовуються позичальником у рамках існуючих систем і процедур реалізації проектів і програм. Рішення про використання ФІР у тій чи іншій країні приймаються Світовим банком у контексті Стратегії сприяння країні. Основними умовами фінансування в рамках ФІР є розробка та реалізація програм і проектів за ініціативою і силами самих країн, відповідність проектів і програм поставленим цілям і завданням, консультації з зацікавленими сторонами, координація діяльності донорів та досягнення конкретних результатів. Кошти в рамках ФІР виділяються країнам у вигляді позик МБРР і кредитів або грантів МАР на таких умовах: підтримання належних основ макроекономічної політики, що визначаються Світовим банком на основі результатів оцінок Міжнародного валютного фонду (МВФ), задовільної реалізації спільної програми реформ [12].

У 2015 фінансовому році (ф. р.) загальна сума нових зарезервованих кредитних ресурсів МБРР і МАР збільшилася майже на 35% порівняно з

Таблиця 1

Кредитування МБРР і МАР за секторами, \$ млрд.

Сектор	2013 ф.р.	2014 ф.р.	Відх., %	2015 ф.р.	Відх., %
Сільське, лісове господарство, рибальство	2,1	3,1	47,6	3,0	-3,2
Освіта	2,7	3,4	25,9	3,5	2,9
Енергетика і гірничодобувна промисловість	3,3	6,7	103,0	4,5	-32,8
Фінанси	2,1	2,0	-4,8	4,1	105,0
Охорона здоров'я та інші послуги у соціальній сфері	4,4	3,4	-22,7	6,6	94,0
Промисловість і торгівля	1,4	1,8	28,6	2,3	27,8
Інформація та зв'язок	0,2	0,4	100,0	0,3	-25,0
Державне управління та судово-правова система	8,0	8,8	10,0	8,2	-6,8
Транспорт	5,1	6,9	35,3	5,2	-24,6
Водопостачання, каналізація, захист від паводків	2,2	4,3	95,5	4,8	11,6
Разом	31,5	40,8	29,5	42,5	4,2
у т. ч. з боку МБРР	15,2	18,6	22,4	23,5	26,3
у т. ч. з боку МАР	16,3	22,2	36,2	19,0	-14,4

Джерело: розраховано автором на основі [13]

2013 р. і становила \$42,5 млрд.: обсяг нових зарезервованих кредитних ресурсів МБРР – \$23,5 млрд.; МАР – \$19 млрд., у т. ч. \$15,9 млрд. – у формі кредитів, \$2,4 млрд. – у формі грантів та \$600 млн. – у вигляді гарантій [13].

Кредитування МБРР і МАР здійснюється за такими тематичними напрямками: управління економікою, охорона довкілля та раціональне використання природних ресурсів, розвиток фінансового та приватного секторів, розвиток людських ресурсів, управління державним сектором, зміцнення правової системи, розвиток сільських районів, соціальний розвиток, гендерна рівність і соціальна інтеграція, соціальний захист і управління ризиками, торгівля та інтеграція, міський розвиток (табл. 1) [13].

Значні кошти МБРР і МАР у 2015 ф. р. виділені на сектор державного управління та судово-правову систему (19% від загального обсягу), охорону здоров'я (15,5%), транспорт (12,2%), водопостачання і каналізацію (11,3%) (рис. 1).

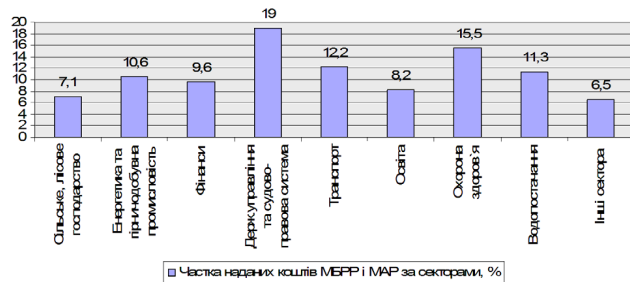


Рис. 1. Частка наданих коштів МБРР і МАР за секторами (2015 р.), %

Джерело: розраховано автором на основі [13]

Найменша частка коштів спрямована на промисловість і торгівлю, інформацію та зв'язок (інші сектори – 6,5%).

Найбільша частка ресурсів МБРР і МАР у 2015 ф.р. надана країнам Африки – 27,3% (на державне управління та судово-правову систему (\$3 млрд.), охорону здоров'я та інші послуги в соціальній сфері (\$2,8 млрд.), транспорт (\$1,2 млрд.); Південної Азії – 18,6% (на водопостачання, каналізацію і захист від паводків (\$1,4 млрд.), транспорт (\$1,3 млрд.), державне управління та судово-правову систему (\$1,2 млрд.); Європи та Центральної Азії – 16,9% (на енергетику і гірничодобувну промисловість (\$1,4 млрд.), транспорт (\$1,1 млрд.), державне управління та судово-правову систему (\$1,1 млрд.)).

Частка ресурсів, що надійшла до Східної Азії та Тихоокеанського регіону, становила 14,8% від загального обсягу (на водопостачання, каналізацію і захист від паводків (\$1,2 млрд.), державне управління та судово-правову систему (\$1,2 млрд.), тран-

спорт (\$1,2 млрд.). Країни Латинської Америки та Карибського басейну отримали 14,1% від загального обсягу зарезервованих коштів (на охорону здоров'я (\$1,6 млрд.), державне управління та судово-правову систему (\$1,3 млрд.), освіту (\$1,0 млрд.). Найменша частка отримана країнами Близького Сходу та Північної Африки – 8,2% (на енергетику і гірничодобувну промисловість (\$1 млрд.), водопостачання, каналізацію і захист від паводків (\$611 млн.), охорону здоров'я (\$600 млн.) (рис. 2).

У рамках нової моделі операційної діяльності Світового банку, уведеної в дію у 2014 р., групи країн є основною ланкою взаємодії банку з клієнтами й несуть відповідальність за розроблення регіональних стратегій.

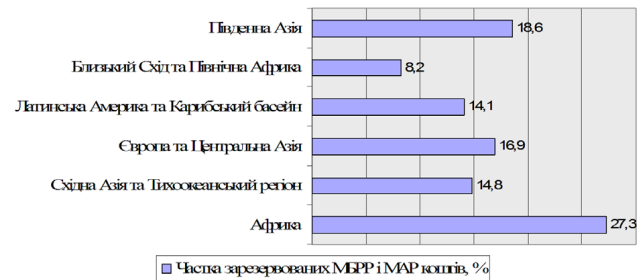


Рис. 2. Частка зарезервованих МБРР і МАР коштів за регіонами (2015 р.), %

Джерело: розраховано автором на основі [13]

Новий підхід Світового банку до взаємодії з країнами має більш системний характер, ґрунтується на аналізі фактичних даних та орієнтований на надання допомоги країнам-членам у досягненні цілей викоринення крайньої бідності й забезпечення добробуту для всіх. Виходячи з власного розуміння країнами їх цілей у сфері розвитку, що визнаються в рамках ініційованих країнами процесів, та результатів діагностичних досліджень, що дозволяють визначити сфери, в яких відбудеться найбільший прогрес, Світовий банк спільно з країнами розробляє стратегії партнерства. Регіональні стратегії Світового банку враховують пріоритети розвитку країн та передбачають здійснення таких заходів:

– Африка – підтримка процесів регіональної інтеграції, усунення пов'язаних з розвитком факторів, що сприяють нестабільності й конфліктам, розширення доступу до електроенергії, надання підтримки дрібним селянським господарствам і підвищення продуктивності сільського господарства, розробка і здійснення планів відновлення економіки в країнах, що постраждали від епідемії лихоманки Ебола;

– Південна Азія – розкриття потенціалу регіону для розвитку та зосередження уваги на вирішенні завдань регіональної інтеграції, сприяння еконо-

Таблиця 2

Зарезервовані МБРР і МАР кошти за регіонами, \$ млрд.

Region	2013 ф.р.	2014 ф.р.	Відх., %	2015 ф.р.	Відх., %
Африка	8,2	10,6	29,3	11,6	9,4
Східна Азія та Тихоокеанський регіон	6,3	6,3	-	6,3	-
Європа та Центральна Азія	5,3	5,5	3,8	7,2	30,9
Латинська Америка та Карибський басейн	5,2	5,1	-1,9	6,0	17,6
Близький Схід та Північна Африка	2,0	2,8	40,0	3,5	25,0
Південна Азія	4,5	10,5	133,3	7,9	-24,8
Разом	31,5	40,8	29,5	42,5	4,2

Джерело: розраховано автором на основі [13]

мічному зростанню, соціальній інтеграції, адаптації до зміни клімату та охороні довкілля, підвищення ефективності державного управління;

– Європа та Центральна Азія – підвищення конкурентоспроможності та забезпечення добробуту для всіх за рахунок створення робочих місць і сприяння екологічній, соціальній та фінансово-бюджетній стійкості, включаючи заходи щодо протидії зміні клімату;

– Східна Азія та Тихоокеанський регіон – сприяння соціальній інтеграції та розширенню прав і можливостей населення, зайнятості й зростанню на основі розвитку приватного сектору, сприяння державному управлінню та інститутам, інфраструктурі й урбанізації, приділення уваги зміні клімату та управлінню ризиками стихійних лих;

– Латинська Америка та Карибський басейн – надання різноманітних фінансових послуг, а також послуг, пов'язаних з поширенням і впровадженням знань і мобілізацією ресурсів відповідно до нагальних потреб країн регіону, у число яких входять підвищення продуктивності, посилення інтеграції у сфері торгівлі, більш ефективне управління ризиками стихійних лих і створення системи освіти і робочих місць високої якості;

– Близький Схід і Північна Африка – підвищення ефективності та результативності систем охорони здоров'я й освіти, удосконалення управління, сприяння соціальній інтеграції, створення робочих місць, диверсифікація економіки, у т. ч. шляхом розвитку малих і середніх підприємств, підвищення енергоефективності, приділення уваги забезпеченню миру і стабільності [13].

Висновки. Отже, стратегія Світового банку щодо викорінення злиденності та забезпечення добробуту країн, що розвиваються, передбачає стимулювання стійкого економічного зростання в інтересах усіх верств населення, вкладення коштів у створення більшої кількості продуктивних робо-

чих місць, якісну освіту, здоров'я, сучасну інфраструктуру і розширення рівних можливостей для всіх, створення дієвих систем соціального захисту і праці, щоб найбільш уразливі групи населення змогли вистояти в умовах економічних потрясінь або стихійних лих.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.un.org.
2. Декларація тисячелеття ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summitdecl.shtml.
3. Цели развития тысячелетия: доклад ООН за 2015 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org>.
4. Positioning the World Bank / С. Gilbert, A. Powell, D. Vines // Economic Journal. – 1999. – № 109(459). – P. 598–633.
5. Clemens M., Kremer M. The New Role of the World Bank / M. Clemens, M. Kremer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cgdev.org/>.
6. Cammack P. What the World Bank Means by Poverty Reduction / P. Cammack [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://r4d.dfid.gov.uk/>.
7. Васкес И. Новый подход к международной экономической помощи / И. Васкес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inliberty.ru/>.
8. Білорус О.Г. Глобальний сталий розвиток: [монографія] / О.Г. Білорус, Ю.М. Мацейко. – К.: КНЕУ, 2006. – 488 с.
9. Глобалізація і безпека розвитку: [монографія] / О.Г. Білорус [та ін.]. – К.: КНЕУ, 2001. – 733 с.
10. Смолянкіна С.М. Роль міжнародних фінансових організацій у забезпеченні міжнародної екологічної безпеки в умовах глобалізації / С.М. Смолянкіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua>.
11. World Bank Group Strategy (2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://openknowledge.worldbank.org/>.
12. Група Всемирного банка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/>.
13. Годовой отчет Всемирного банка (2015 г.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/>.

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 334.012.4

Васютинська Л.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Одеського національного економічного університету

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У КОНТЕКСТІ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ

У статті здійснено аналіз трактувань поняття «державно-приватне партнерство» (ДПП). Визначено його характерні риси з позиції інституціональної теорії. Розкрито сутність ДПП як альянсу держави та бізнесу. Обґрунтовано інституціональні принципи формування ДПП.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, інститут, альянс, контрактні відносини, адаптивна ефективність, алокативна ефективність.

Васютинская Л.А. ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ

В статье осуществлен анализ трактовок понятия «государственно-частное партнерство» (ГЧП). Определены его характерные черты с позиции институциональной теории. Раскрыта сущность ГЧП как альянса государства и бизнеса. Обоснованы институциональные принципы ГЧП.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, институт, альянс, контрактные отношения, адаптивная эффективность, аллокативная эффективность.

Vasjutins'ka L.A. PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE CONTEXT OF THE INSTITUTIONAL THEORY

The article analyzes the interpretations in the concept of «public-private partnership» (PPP). Identifying features viewed from the institutional theory are determined its. The essence of PPP as the alliance of government and business are disclosed. Institutional principles of PPP are justified.

Keywords: Public-Private Partnerships, institute, alliance, contractual relationship, adaptive efficiency, allocative efficiency.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення економічної кризи, коли зусилля держави у першу чергу спрямовані на вирішення соціальних завдань, можливості уряду щодо підтримки національної економіки та виводу її на нові рубежі конкурентоспроможності є надто обмеженими. Водночас вихід української економіки із траєкторії падіння потребує пошуку додаткових ресурсів для фінансування державних цільових програм, мета яких полягає у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку. Вирішити цю проблему неможливо без формування та розвитку інституту державно-приватного партнерства (далі – ДПП).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатоплановість проблемних питань щодо взаємодії держави і бізнесу стало приводом для проведення досліджень у різних напрямках. Великий внесок в обґрунтування теоретико-методологічних засад державно-приватного партнерства зробили: М. Автексентьев, Г. Аксьонов, Н. Безбах, Б. Данілішин, К. Кваснюк, О. Пильтяй, Л. Проданова, О. Самойліков, Л. Дмитриченко, С. Єрмілов, О. Солодовник, В. Узунів. Проблематику оцінювання ризиків реалізації проектів державно-приватного партнерства досліджували І. Брайловський, А. Мостепанюк, О. Тофанюк, І. Чалий. У працях О. Голованова, В. Деметьєва, П. Шилепницького висвітлювалися відносини влади і бізнесу в окремих сферах взаємодії.

Незважаючи на ґрунтовний доробок вітчизняних науковців, необхідність формування та розвитку інституту державно-приватного партнерства в умовах модернізації української економіки потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є поглиблення теоретичних засад ДПП з позицій інституціональної теорії. Для досягнення визначеної мети поставлено такі завдання: здійснити теоретичний аналіз існуючих підходів щодо розуміння поняття «державно-приватне партнерство»; виявити його характерні риси як інституту взаємодії держави та бізнесу; обґрунтувати інституційні принципи ДПП.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтеграція України у світовий економічний простір, необхідність подолання наслідків кризових явищ в економіці, забезпечення її інноваційного розвитку потребують залучення приватного капіталу. Проте в державі не створено відповідних умов для розвитку інституту державно-приватного партнерства. Існує низка системних проблем, які, зокрема, полягають у домінуванні владних структур над бізнесом; недосконалості нормативно-правового забезпечення; недостатності відповідного досвіду в цій області; відсутності мотивацій для залучення потенційних інвесторів тощо. В умовах динамічного розвитку ринкового середовища вирішення зазначених проблем неможливо без дослідження ДПП як інституту взаємодії держави та бізнесу.

Об'єднання ресурсних можливостей і зусиль державного та приватного секторів надає можливість: розвивати та впроваджувати інноваційні технології у виробничі процеси; підвищувати конкурентоспроможність продукції; модернізувати інфраструктуру; утворювати нові робочі місця. Економічне партнерство держави та бізнесу створює умови для поліпшення інвестиційного клімату, покращує функціонування об'єктів державної власності та сприяє стійкому розвитку бізнес-середовища.

Множинність цілей учасників партнерських відносин у рамках ДПП сполучає їхні інтереси при вирішенні головного завдання – забезпечення стабільності соціально-економічного розвитку держави (регіонів) через посилення впливу інвестиційної та інноваційної детермінант.

Взаємодія держави і бізнесу у зв'язку із різноманітністю їхніх функцій при вирішенні соціально-економічних проблем має поліморфний характер. Саме цим пояснюється існування різних поглядів на розкриття термінологічної сутності ДПП.

К.В. Павлюк та С.М. Павлюк тлумачать поняття «державно-приватне партнерство» з огляду його суспільної ролі, вводячи в науковий оборот термін «суспільно-приватне партнерство» [1, с. 11]. В економічній літературі також зустрічається концепт «публічно-приватне партнерство». Можна припустити, що це пов'язано з буквальним перекладом англійського варіанту ДПП – Public-Private Partnerships. Питання щодо розмежування понять «суспільно-приватне партнерство», «публічно-приватне партнерство» та «державно-приватне партнерство» розглядається з різних точок зору. Доречність застосування тієї або іншої дефініції пропонується з'ясувати, виходячи з категорії «інтерес». У підтвердження висунутої тези варто звернути увагу на той факт, що в основі взаємодії держави і бізнесу лежать відповідні інтереси учасників. Аналіз літератури дав змогу дійти висновку, що інтерес є виявом економічних відносин між людьми і поєднує у собі взаємозв'язок об'єктивного і суб'єктивного [2, с. 20-21; 3, с. 107]. У питаннях щодо того, чи є первинним «суспільний інтерес», або «публічний інтерес», або «державний інтерес» наукова думка не дійшла остаточного висновку. Погляди дослідників носять діаметрально протилежний характер. Однак, виходячи з єдиних теоретичних витоків у тлумаченні поняття ДПП, вважається за доцільне висунути гіпотезу про взаємозамінність аналізованих дефініцій.

Повертаючись до визначення К.В. Павлюк та С.М. Павлюк, необхідно звернути увагу на те, що автори розглядають ДПП з точки зору «конструктивного співробітництва держави, суб'єктів підприємницької діяльності і громадянських інститутів» в різних сферах суспільної діяльності, наполягаючи саме на конструктивній основі взаємодії держави, приватного сектору, громадянських інститутів [1, с. 11]. Поняття «співробітництво» і «партнерство» досить часто сприймаються синонімічно. Проте існує інша думка, що партнерство має більш широкий змістовний спектр, ніж співробітництво, тобто не кожне співробітництво переростає у партнерство. На думку Г.М. Шигабетдиной, партнерство являє собою тип конструктивної взаємодії, спрямованої на досягнення загальної цілі при рівності прав і зобов'язань сторін [4, с. 194]. Отже, рівність прав і зобов'язань є основою партнерських відносин, а відтак можна стверджувати, що партнерство лежить в основі конструктивного співробітництва, а не навпаки.

Дещо в іншому аспекті розуміє ДПП Н.Ю. Муциньська, визначаючи останнє як юридично оформлену систему відносин між державним партнером або органами місцевого самоврядування та приватними партнерами, при реалізації яких ресурси обох партнерів об'єднуються, з відповідним розподілом ризиків, відповідальності та винагород між ними, для взаємовигідної співпраці з реалізації суспільно-значущих проєктів на довгостроковій основі [5]. Як видно, автор вкладає організаційний зміст в тлумачення, поєднуючи об'єктивні і суб'єктивні начала в реалізації від-

носин між учасниками. Досить доречним є акцент на часовому терміні партнерства, що виходить з його проєктної основи, тобто фінансовий механізм взаємодії держави і бізнесу реалізується через застосування методології проєктного фінансування. При цьому суспільні проєкти, які реалізуються в рамках ДПП, мають специфічні риси. По-перше, вони, ініціюються з метою вирішення соціально-економічних проблем масштабного характеру з огляду на конкретний об'єкт та мають довгостроковий термін виконання. По-друге, специфіка фінансування полягає в об'єднанні ресурсів учасників, що здійснюється з огляду на інтереси учасників та повноваження, які визначаються. Держава як партнер є носієм публічних інтересів, відповідно приватний партнер реалізує інтереси, які відповідають його потребам в максимізації прибутку. На думку О. Мельничук, публічний інтерес є суспільним інтересом, що забезпечується та охороняється державою [6, с. 117]. Саме цей контекст визначає функції державного партнера: функцію ініціації проєкту та контрольну функцію. При цьому держава як суб'єкт підприємницької діяльності також отримує прибуток. У площині комерційних відносин партнери мають дійти згоди щодо можливого розподілу ризиків та умов делегування повноважень.

Інституційний аспект у трактуванні ДПП висвітлюється О.М. Поляковою, яка розкриває зміст ДПП як суспільного інституту, що включає в себе сукупність формальних та неформальних правил, у рамках яких з метою задоволення потреб суспільства здійснюється спільна діяльність державних органів влади і приватного сектору на основі набору альтернатив поводження. [7, с. 321]. З погляду автора, спільна діяльність учасників ДПП, перш за все, обумовлюється існуванням суспільного інституту. Виправданість інституціонального підходу в трактуванні ДПП полягає у тому, що консолідація діяльності держави і бізнесу повинна базуватися на розподілі прав і ресурсів в такий спосіб, щоб кожний з учасників реалізував свої інтереси з максимальною вигодою. Отже, з точки зору інституціональної теорії йдеться про здатність інститутів розподіляти повноваження між економічними суб'єктами. Причому повноваження розділяються без утистки інтересів учасників. Іншими словами, взаємодія держави і бізнесу не є простою співпрацею або тільки сумісною діяльністю. Інституціоналізація цієї взаємодії виводить відносини, які виникають між економічними суб'єктами із формату звичайного співробітництва.

Низка дослідників сходяться на думці, що ДПП варто розглядати як юридично обов'язковий для сторін контракт між особою приватного сектору та державним органом (чи органом місцевого самоврядування), за яким приватний партнер зобов'язаний надавати публічні послуги, для чого приватний сектор повинен інвестувати певні власні ресурси (фінансові, технологічні, час і репутацію корпорації тощо), а також взяти на себе відповідальність за певні ризики надання таких послуг, при цьому оплата приватному партнеру здійснюється тільки в обмін на фактично надані послуги [8].

Контракт за формою прояву є юридичним документом. З точки зору організаційного механізму – це інструмент, за допомогою якого реалізуються контрактні відносини та забезпечується консенсусна взаємодія економічних суб'єктів. З позиції інституціоналізму контрактні відносини є сукупністю формальних правил, які відображаються у відповідному юридичному документі та припускають делегування прав щодо прийняття певних управлінських рішень

від ініціатора (держави) до виконавця (партнера). Отже, початковий етап формування інституту ДПП визначається укладанням певного контракту, для виконання якого застосовується відповідний інструментарій державного управління. У цьому контексті є сенс звернути увагу на концепцію нового державного управління (New Public Management) – системи управління, що побудована на комерційних принципах і спрямована на зниження державних витратів за рахунок залучення ініціативи і ресурсів приватного сектору. Зміна парадигми державного управління у бік делегування повноважень приватному сектору у сфері виробництва і надання державних послуг закладає підґрунтя для розробки відповідного економічного і організаційного механізмів ДПП.

Інституціональний і організаційний контекст ДПП знайшов своє вираження у визначенні В.Г. Варнавського, який вважає, що в сучасному розумінні партнерство держави і приватного сектора являє собою інституційний та організаційний альянс між громадською владою і приватним бізнесом з метою реалізації національних і міжнародних, масштабних, суспільно значущих проектів у широкому спектрі діяльності: від розвитку стратегічно важливих галузей промисловості та НДДКР до забезпечення суспільних послуг [9, с. 36]. Розуміння ДПП як альянсу розкриває специфіку взаємодії держави та бізнесу не тільки з точки зору інституту, але і відображає більш високу форму організації партнерських відносин.

Необхідність організації альянсу «держава-бізнес» пояснюється, перед усім, існуванням проблем, які у силу своєї масштабності не можуть бути вирішеними відокремлено будь-яким з учасників. Якщо держава фактично реалізує фінансову функцію взаємодії, то бізнес фокусує увагу на формуванні сприятливого бізнес середовища. Консолідація інтересів партнерів, які входять в альянс, базується на відповідних інституціональних принципах.

На думку В.Г. Варнавського, до основних інституціональних принципів ДПП варто включати [10, с. 20-21]: принцип рівності та свободи; принцип адаптації до умов; принцип безперервності надання послуг; принцип конкурентності; принцип прозорості і зворотного зв'язку; принцип невторчання; принцип гарантій; принцип платності; принцип рівноправного (недискримінаційного) відношення. Деякі із зазначених принципів згадуються І.М. Аблаєвим. Зокрема, принципи рівності та свободи, конкурентності та платності автор вважає основоположними принципами інституціональними принципами ДПП [11, с. 18].

Аналізуючи названі принципи, варто звернути увагу, що вони є похідними від принципів господарського та цивільного права, а виходячи з правосуб'єктності учасників ДПП ці принципи знаходять свій прояв в укладанні контракту. Тому вважається за доцільне при визначенні принципів ДПП як альянсу спиратися на інституціональну теорію.

Результат діяльності інституціональних партнерів перш за все залежить від адаптивної та алокативної ефективності утвореного альянсу. Адаптивна ефективність з позицій інституціоналізму – це здатність інститутів розподіляти повноваження між економічними суб'єктами у певній ситуації, яка складається в даний момент часу. Алокативна ефективність в означеному контексті передбачає здатність інститутів розподіляти повноваження між економічними суб'єктами в оптимальний спосіб. Отже, інституціональна особливість альянсу визначається адаптивною та алокативною ефективністю, які можна ідентифікувати як принципи його побудови. Для обґрунтування

цієї гіпотези варто звернутися до спонукальних причин формування альянсу «держава-бізнес». Перша спонукка – це спільні інтереси учасників; друга – користь від сумісної діяльності; третя – спроможність досягти стійких конкурентних переваг на ринках; четверта – розподіл ресурсів і прав між партнерами з максимальною вигодою для кожного з них та ін. Зрозуміло, що при формуванні альянсу в певний момент часу, коли формалізуються інтереси партнерів (ініціювання проекту, складання контракту тощо), йдеться про принцип адаптивної ефективності. У зазначеному контексті подальший розвиток альянсу здійснюється відповідно до принципу алокативної ефективності (кожен із партнерів спмагається досягти оптимуму у ході реалізації проекту).

У світлі викладеного є очевидним, що альянс «держава-бізнес» являє собою інститут, який для отримання бажаного результату або досягнення визначеної мети використовує свою алокативну та (або) унаслідок впливу певних обставин адаптивну ефективність. Прояв названих принципів знаходить своє вираження у формуванні ефекту синергії. Цей ефект досягається як через оптимальний розподіл повноважень між учасниками, так і через оптимальний розподіл ресурсів.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу дійти висновку, що державно-приватне партнерство визначається специфічною формою взаємодії держави і бізнесу, яка знаходить своє вираження у відповідному альянсі, що формується з приводу реалізації сумісних проектів та формалізується через укладання договору, яким забезпечується консенсусна взаємодія економічних суб'єктів, виходячи з відповідних інтересів кожного з них та делегованих повноважень.

Інституціональна основа альянсу виявляється шляхом реалізації відповідних принципів, а саме: принципах адаптивної та алокативної ефективності. На відміну від існуючих підходів ці принципи відображають специфічність взаємодії держави і бізнесу як інституту ДПП.

Дослідження ДПП з огляду інституціональної теорії закладає підґрунтя для розробки методів та інструментів механізму активізації взаємодії державного і приватного секторів у регулюванні національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Павлюк К.В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К.В. Павлюк, С.М. Павлюк // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 10-19.
2. Стефанчук Р.О. Особисті немайнові права фізичних осіб (поняття, зміст, система, особливості здійснення захисту): монографія / Відп. ред. Я.М. Шевченко / Р.О. Стефанчук. – К.: КН, 2008. – 626 с.
3. Курбатов Ф.Я. Сочетание частных и публичных интересов при правовом регулировании предпринимательской деятельности / А.Я. Курбаов. – М.: Цунтр ЮРИнфоР, 2001. – 211 с.
4. Шигабетдинова Г.М. Партнерство как конструктивное взаимодействие: теоретическая экспозиция / проблемы / Г.М. Шигабетдинова // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 3(часть 1). – С. 193-196.
5. Муциньська Н.Ю. Публічно-приватне партнерство як інструмент сталого регіонального розвитку [Електронний ресурс] / Н.Ю. Муциньська [Електронні ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua>.
6. Мельничук О. Публічні та приватні інтереси у контексті забезпечення права людини на освіту / О. Мельничук // Публічне право. – 2011. – № 1. – С. 116-121.

7. Полякова О.М. Державно-приватне партнерство в Україні: проблеми становлення / О.М. Полякова // Коммунальное хозяйство городов: науч.-техн. сб. – Вып. 87. – К.: Техніка, 2009. – С. 317-322.
8. Посібник з Публічно-приватних партнерств / [наук. ред. О.П. Маслюківська]. – К.: ТОВ «Діалог-КІІВ», 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/handle/123456789/575>.
9. Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. – М.: Наука, 2005. – С. 34-37.
10. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство (в 2-х томах). / В.Г. Варнавский. Т. 1. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 312 с.
11. Аблаев И.М. Основные принципы государственно-частного партнерства в условиях модернизации российской экономики / И.М. Аблаев // Экономика и политика. – 2013. – № 2(99). – С. 17-20.

УДК 347.27:332.33

Жарікова О.Б.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри банківської справи
Національного університету біоресурсів і природокористування України***Пащенко О.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії
Національного університету біоресурсів і природокористування України*

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ЕКСПЕРТНОЇ ГРОШОВОЇ ОЦІНКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ У ЧАСТИНІ ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ФОРМУВАННЯ РЕНТИ

У статті визначено основні напрями вдосконалення експертної грошової оцінки об'єктів нерухомості, що використовуються у якості забезпечення зобов'язання, шляхом розробки методичних підходів до оцінки земельних ділянок сільськогосподарського призначення та прав на них, що значною мірою підвищує об'єктивність такої оцінки і, як наслідок, сприяє залученню кредитних ресурсів в аграрний сектор економіки України. Узагальнюючи теоретичні дослідження та практичні напрацювання вітчизняних і зарубіжних фахівців, визначено основні підходи до оцінки нерухомості в залежності від мети оцінювання та об'єктів оцінки. Виявлено особливості проведення оцінки аграрних підприємств, що виступають в якості застави. Удосконалено методичні підходи до експертної грошової оцінки сільськогосподарських угідь у частині визначення структури формування ренти за такими складовими, як: родючість ґрунту; агроекологічний стан ділянки; місце її розташування; зручність ділянки для обробітки.

Ключові слова: експертна грошова оцінка нерухомості та прав на неї, методи оцінки нерухомості, міжнародні та національні стандарти оцінки, предмети іпотеки, земельні ділянки сільськогосподарського призначення, аграрні підприємства як цілісні майнові комплекси, вартість права оренди земельної ділянки сільськогосподарського призначення.

Жарикова Е.Б., Пащенко О.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ В ЧАСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТРУКТУРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕНТЫ

В статье определены основные направления совершенствования экспертной денежной оценки объектов недвижимости, используемых в качестве обеспечения обязательства, путем разработки методических подходов к оценке земельных участков сельскохозяйственного назначения и прав на них, что в значительной мере повышает объективность такой оценки и, как следствие, способствует привлечению кредитных ресурсов в аграрный сектор экономики Украины. Обобщая теоретические исследования и практические наработки отечественных и зарубежных специалистов, определены основные подходы к оценке недвижимости в зависимости от цели оценки и объектов оценки. Выявлены особенности проведения оценки аграрных предприятий, выступающих в качестве залога. Автором усовершенствованы методические подходы к экспертной денежной оценке сельскохозяйственных угодий в части определения структуры формирования ренты по таким составляющим, как: плодородие почвы; агроэкологическое состояние участка; ее местоположение; удобство участка для обработки.

Ключевые слова: экспертная денежная оценка недвижимости и прав на нее, методы оценки недвижимости, международные и национальные стандарты оценки, предметы ипотеки, земельные участки сельскохозяйственного назначения, аграрные предприятия как целостные имущественные комплексы, стоимость права аренды земельного участка сельскохозяйственного назначения.

Zharikova O.B., Pashchenko O.V. IMPROVEMENT METHODOLOGICAL APPROACH OF EXPERT MONETARY EVALUATION OF AGRICULTURAL LAND IN THE DETERMINATION OF RENT STRUCTURE FORMATION

This article identifies the main areas of improvement expert money estimation of real estate used as collateral commitments by developing methodological approaches to the assessment of agricultural land and rights to them, which greatly increases the objectivity of such an assessment and, consequently, helping to attract credit resources in the agricultural sector of Ukraine. Generalizing theoretical research and practical achievements of domestic and foreign experts the basic approaches to property valuation, depending on the purpose of assessment and evaluation facilities. The features of the assessment of agricultural enterprises, which act as collateral. The author improved methodological approaches to expert monetary assessment of agricultural land in the determination of structure formation rent for such components as: soil fertility; Agro-ecological state of the area; its location; convenience areas for cultivation.

Keywords: expert monetary valuation of real estate and rights to it, methods of real estate valuation, international and national standards of assessment, mortgaged, agricultural land, agrarian enterprise as integral property complexes, the value of the right to lease land for agricultural purposes.

Постановка проблеми. Основою земельно-ресурсного потенціалу аграрних підприємств є сільськогосподарські угіддя – рілля, сіножаті та пасовища

і багаторічні насадження. В останні роки науковці і практики внесли значний вклад у розвиток землеоціночної діяльності в Україні [2–4; 6]. Створена модель

«Український лан», на основі якої розробляються методики експертної грошової оцінки сільськогосподарських угідь із застосуванням методів капіталізації земельної ренти та зіставлення цін продажу. Зокрема, оцінку ріллі доцільно проводити за цими методами, використовуючи новостворену методику «Земельна рента» [5]. Зазначена методика дозволяє обчислювати земельну ренту в рентних балах, що дає змогу повністю уникнути впливу інфляційних факторів. При цьому рентний бал еквівалентний 100 кг озимої пшениці IV класу. При потребі обчислення ренти в грошових одиницях застосовуються грошові еквіваленти рентного балу, які змінюються водночас зі зміною поточних цін на продукцію сільського господарства та ресурси, необхідні для її виробництва, що дає змогу визначити так звану перерозподільчу, або цінову, ренту, яка виникає у разі нееквівалентності (диспаритету) цін [5, с. 143–156].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення даного питання внесли як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: П. Голден, Р. Елі, В. Рішар, Т. Коупленд, Д. Рікардо, Ю. Дехтяренко, М. Дем'яненко, О. Драпіковський, І. Іванова, Н. Кручок, С. Кручок, С. Любунь, А. Мартин та ін.

Мета статті полягає у вдосконаленні методичних підходів до експертної грошової оцінки сільськогосподарських угідь у частині визначення структури формування ренти за такими складовими, як: родючість ґрунту; агроекологічний стан ділянки; її місце розташування; зручність ділянки для обробки. Застосовуючи відповідні підходи, таку оцінку здійснено на прикладі господарств Київської області (назва підприємств змінена та позначена під шифром підприємства).

Виклад основного матеріалу дослідження. За свідченням зарубіжної практики та вітчизняного досвіду, дохідний підхід на відміну від ринкового та витратного спрямований на отримання доходу від об'єкта нерухомості [1; 17]. При проведенні оцінки даний метод завжди виступає головним підходом. Оскільки вартість об'єкта визначається шляхом капіталізації можливого доходу від нього, то даний метод називають також методом капіталізованого доходу, чи методом вартості доходу [2; 6–8]. Метод капіталізованого доходу є основним при оцінці об'єктів, створення чи придбання яких здійснюється з метою отримання прибутку або ренти. До таких об'єктів можемо віднести підприємства та їх структурні підрозділи як цілісні майнові комплекси, також сільськогосподарські угіддя, призначені для виробництва товарної продукції; дохідні земельні ділянки та дохідні споруди. Однією з особливостей даного підходу є те, що він базується на врахуванні принципів найбільш ефективного використання та очікування, відповідно до яких вартість об'єкта оцінки визначається як поточна вартість очікуваних доходів від найбільш ефективного використання об'єкта оцінки, а також включаючи дохід від його можливого перепродажу [8; 12.]. Так, при розрахунку ціни об'єкта нерухомості за методом вартості доходу насамперед визначають, яким є цей дохід – довічним чи тимчасовим. Наприклад, земельна ділянка даватиме довічний дохід, бо вона не має визначеного строку використання. Багаторічні плодові насадження приносять тимчасовий дохід, тому що мають визначений строк використання [10; 11].

На сьогодні перелік методів оцінки не є однозначно визначеним. Так, одні вважають, що за допомогою дохідного підходу визначається «ринкова вартість» [13], інші – «інвестиційна вартість у поєднанні

з ринковою» [12], ще інші – «ринкова вартість, ліквідаційна вартість, оціночна або податкова, вартість ліквідації, страхова вартість, вартість діючого підприємства» [14]. Виходячи з переліку методів оцінки спробуємо оцінити основні методи дохідного підходу – пряму капіталізацію доходу та непрямую капіталізацію доходу. Головною особливістю є те, що в основі ціни об'єкта, який приносить довічний дохід, лежить відношення можливого річного доходу від об'єкта відповідної дисконтної ставки (ставки капіталізації). Метод прямої капіталізації доходу, уважає Дж. Стонер, застосовується при прогнозуванні постійного за величиною та рівного у проміжках періоду прогнозування чистого операційного доходу, отримання якого не є обмеженим у часі [4].

Метод прямої капіталізації, зазначили М.Г. Лихогруд, Ю.М. Манцевич, Ю.М. Палеха, використовується, якщо прогноуються постійні або змінні доходи. В основі даного методу лежить визначення ставки капіталізації, яка є коефіцієнтом капіталізації, що враховує як чистий прибуток від експлуатації оцінюваного об'єкта нерухомості, так і відшкодування капіталу, що затрачено на його придбання [3]. Метод капіталізації доходу визначає необхідні критерії, що супроводжуються певною необхідністю застосування при оціночній процедурі:

- прогнозування валового доходу. Здійснюється на основі результатів зібраної інформації про оренду подібного нерухомого майна з метою проведення аналізу умов оренди та (або) інформації про використання подібного нерухомого майна;

- прогнозування операційних витрат та чистого операційного доходу (рентного доходу), як правило, здійснюється за рік з дати оцінки. Чистий операційний дохід розраховується як різниця між валовим доходом та операційними витратами, рентний дохід, у свою чергу, – як різниця між очікуваним валовим доходом від реалізації продукції, що отримується на земельній ділянці, та виробничими витратами та прибутком виробника;

- обґрунтування оціночної процедури визначення ставки капіталізації та її розрахунок;

- розрахунок вартості об'єкта оцінки шляхом ділення чистого операційного доходу або рентного доходу на ставку капіталізації.

Важливою необхідністю щодо розрахунку ставки капіталізації та ставки дисконту об'єктів оцінки доцільно застосовувати наступні критерії оцінки:

- порівняння прогнозованого річного чистого операційного доходу (рентного доходу) та ціни продажу (ціни пропонування) щодо подібного нерухомого майна;

- аналіз альтернативних видів інвестування та визначення ризиків інвестування в об'єкт оцінки порівняно з інвестиціями з мінімальним ризиком, а також при наявності інших додаткових ризиків інвестування, пов'язаних з об'єктом оцінки;

- інші оціночні процедури, які характеризують дохід на інвестований капітал та повернення інвестованого капіталу, і обґрунтовані у звіті про оцінку майна.

Суттєво зазначити, що ставка капіталізації та ставка дисконту визначаються шляхом аналізу інформації про доходи від використання подібного майна та його ринкові ціни або шляхом порівняльного аналізу дохідності інвестування в альтернативні об'єкти (депозити, цінні папери, майно тощо). Обґрунтування вибору оціночної процедури і розрахунок ставок зазначаються у звіті про оцінку майна [12; 13]. Перераховані процедури зазначили про існування необхідних витрат, які пов'язані з при-

веденням споживчих характеристик об'єкта оцінки у відповідність із споживчими характеристиками подібного нерухомого майна, дохід від якого враховувався під час прогнозування чистого операційного доходу об'єкта оцінки, можуть бути враховані під час застосування як методу прямої капіталізації, так і непрямої капіталізації доходів. У методі прямої капіталізації відбувається шляхом зменшення вартості об'єкта оцінки, визначеної відповідно до вимог пункту 12 Національного стандарту 2 [14], на розмір поточної вартості необхідних витрат, що необхідні для такого проведення. Відповідно до другого методу, то тут відбувається застосування шляхом їх додавання до операційних витрат у відповідних періодах здійснення в межах періоду прогнозування. Технічна можливість та економічна доцільність усунення ознак фізичного та функціонального зносу також враховуються під час визначення обсягу необхідних витрат. При цьому до розрахунку вартості об'єкта оцінки додається калькуляція необхідних витрат, які, головним чином, враховуються під час проведення оцінки. Операційні витрати прогноуються у цінах, що діють на дату оцінки. У разі прогнозування операційних витрат враховуються витрати власника, пов'язані з отриманням валового доходу, а також у разі потреби витрати, зазначені у пункті 16 Національного стандарту 2 [14]. Отже, перераховані особливості обумовлюють різні види витрат, що, головним чином, використовуються при здійсненні оцінки за методом капіталізації доходу. Наукова праця присвячена дослідженню з вдосконалення методики оцінки земельних ділянок сільськогосподарського призначення в частині визначення структури формування ренти за такими складовими:

- родючість ґрунту;
- агроекологічний стан ділянки;
- місце розташування ділянки (входження в приміську зону, відстань і стан доріг від земельної ділянки до населеного пункту та від населеного пункту до ринку);
- зручність ділянки для обробітку (технологічної групи поля).

Оскільки частина із зазначених рентоутворюючих факторів зазнає антропогенного впливу, їх кількісне вимірювання дозволить більш свідомо управляти процесами рентоутворення з метою підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, що безпосередньо впливатиме на експертну грошову оцінку земельних ділянок. Визначити вплив рентоутворюючих факторів слід з урахуванням нормативного рівня врожайності, що залежить від родючості земельної ділянки та рівня застосування досягнень науково-технічного прогресу. Розроблено формули визначення ренти за родючістю ґрунту, агроекологічним станом земельної ділянки, її місцем роз-

ташування та зручністю для обробітку. Оскільки нормативна рента є частиною доходу, який здатна приносити земельна ділянка, спочатку слід кількісно визначити джерела формування такого доходу з урахуванням основних факторів.

Дохід за родючістю обчислюється за формулою (1):

$$D_p = [(0,91294Y_n - 0,27606\delta Y - 11,11) - D_e - D_m - D_{зоб}], \quad (1)$$

де D_p – дохід за родючістю, рентні бали/га;

D_e – агроекологічний дохід, рентні бали/га;

D_m – дохід за місцем розташування, рентні бали/га;

$D_{зоб}$ – дохід за зручністю земельної ділянки для обробітку, рентні бали/га.

Зазначені вище складові нормативного доходу, який здатна приносити земельна ділянка, визначаються за формулами (2–6):

$$D_e = P_{ef} - P_{en}, \quad (2)$$

де P_{ef} – поправка на фактичний агроекологічний стан земельної ділянки, рентні бали/га;

P_{en} – поправка на погіршений агроекологічний стан земельної ділянки, рентні бали/га.

Дослідженнями доведено, що дохід за місцем розташування включає три складові: дохід від входження ділянки в приміську зону, дохід за відстанню та станом доріг від ділянки до населеного пункту та дохід за відстанню і станом шляхів між населеним пунктом, до якого належить земельна ділянка, і ринком.

$$D_{зон} = P_{зонф}, \quad (3)$$

де $P_{зонф}$ – поправка на фактичне місцерозташування ділянки в приміській зоні (для ділянок поза зоною $P_{зонф} = 0$), рентні бали/га.

$$D_{B_1} = P_{B_1ф} - P_{B_1max}, \quad (4)$$

де D_{B_1} – дохід за відстанню та станом доріг від ділянки до населеного пункту, рентні бали;

$P_{B_1ф}$ – поправка на фактичну відстань і стан доріг між ділянкою та населеним пунктом, до якого вона належить, рентні бали/га;

P_{B_1max} – поправка на максимальну відстань між ділянкою та населеним пунктом, до якого вона відноситься (максимальна відстань ≥ 10 умовних кілометрів), рентні бали/га.

$$D_{B_2} = P_{B_2ф} - P_{B_2max}, \quad (5)$$

де D_{B_2} – дохід за відстанню та станом шляхів між населеним пунктом, до якого належить земельна ділянка, і ринком, рентні бали/га.

$P_{B_2ф}$ – поправка на фактичну відстань та стан доріг між населеним пунктом, до якого належить ділянка, та ринком, рентні бали/га;

P_{B_2max} – поправка на максимальну відстань та стан доріг між населеним пунктом, до якого належить ділянка, та ринком (максимальна відстань ≥ 40 умовних км);

$$D_{зоб} = P_{зобф} - P_{зобVI}, \quad (6)$$

Таблиця 1

Нормативна земельна рента та її структура в оцінюваних аграрних підприємствах

Шифр підприємства	Нормативна земельна рента		Структура нормативної земельної ренти (%), за:			
	рентні бали	%	родючістю	агроекологічним станом	місцем розташування	зручністю ділянки для обробітку
01	8,865	100,0	64,2	10,8	16,6	8,4
02	8,414	100,0	62,3	11,3	17,5	8,9
03	9,315	100,0	65,9	10,2	15,8	8,1
04	9,090	100,0	65,1	10,5	16,2	8,2
05	7,678	100,0	58,7	12,4	19,1	9,8
06	7,923	100,0	59,9	12,0	18,6	9,5
У середньому*	8,854	100,0	64,2	10,8	16,6	8,4

Джерело: розрахунки автора

де $P_{зобф}$ – поправка на фактичну технологічну групу поля (господарства), рентні бали/га;

$P_{зоб VI}$ – поправка на VI технологічну групу поля (господарства), рентні бали/га.

За формулами (2–6) розраховано складові земельної ренти та визначено її структуру для ріллі, належної на праві оренди більш як шести аграрним підприємствам, розташованим у Північному агрогрунтового району Правобережного Лісостепу (табл. 1).

У разі застосування методу капіталізації рентного доходу необхідно перейти від обчислення нормативної земельної ренти у рентних балах до її обчислення в грошових одиницях (табл. 2).

Таблиця 2

Перерахунок земельної ренти із рентних балів у грошові одиниці для сукупності оцінюваних аграрних підприємств

Рік	Середня реалізаційна ціна 1 ц озимої пшениці без ПДВ		Нормативна земельна ренти з розрахунку на 1 га ріллі		
	UAN	USD	рентний бал	UAN	USD
2012	97,00	11,55	8,854	858,84	102,26
2013	103,52	12,98	8,854	916,56	114,92
2014	145,06	18,06	8,854	1284,36	159,90

Джерело: розрахунки автора

Капіталізація нормативної земельної ренти шляхом її дисконтування дозволяє оцінити земельну ділянку (ріллю). Експертна грошова оцінка необтяжених земельних ділянок методом капіталізації рентного доходу визначається за формулою (7):

$$O_u = \frac{P_u}{DC_u \div 100}, \quad (7)$$

де O_u – експертна грошова оцінка, грн. од./га;

P_u – нормативна рента, грн. од./га;

DC_u – дисконтна ставка для землі, %.

Отже, середня експертна грошова оцінка ріллі для досліджуваних підприємств є такою:

$$O_{u2012} = \frac{858,84}{0,069} = 12446,96 \text{ (грн./га);}$$

$$O_{u2013} = \frac{916,56}{0,072} = 12730,00 \text{ (грн./га);}$$

$$O_{u2014} = \frac{1284,36}{0,104} = 12349,62 \text{ (грн./га).}$$

Проведені дослідження довели, що вдосконалена методика є досить високоточною, її специфічною особливістю є відносна простота розрахунків у поєднанні з об'єктивністю оцінки, тому її варто використовувати при здійсненні розрахунків експертної грошової оцінки сільськогосподарських земель у частині визначення формування ренти.

Висновки. Удосконалено методичні підходи до експертної грошової оцінки сільськогосподарських угідь у частині визначення структури формування ренти за такими складовими, як: родючість ґрунту; агроекологічний стан ділянки; її місце розташування (входження в приміську зону, відстань і стан доріг від земельної ділянки до населеного пункту та від населеного пункту до ринку); зручність ділянки для обробітку (технологічна група поля).

Оскільки частина із зазначених вище рентоутворюючих факторів піддаються антропогенному впливу, їх кількісне вимірювання дозволить більш свідомо управляти процесами рентоутворення з метою підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, що безпосередньо впливатиме

на експертну грошову оцінку земельних ділянок. Обчислення впливу рентоутворюючих факторів слід проводити з урахуванням нормативного рівня врожайності, залежного від родючості земельної ділянки та рівня застосування науково-технічного прогресу.

За результатами проведених досліджень запропоновано методичний підхід до оцінки вартості права оренди земельних ділянок сільськогосподарського призначення, який дозволяє оцінити земельно-ресурсний потенціал підприємства в частині орендованих земель сільськогосподарського призначення.

Удосконалено методичні підходи до експертної грошової оцінки аграрних підприємств як предметів іпотеки в частині обчислення складових земельної ренти та моделювання вартості права оренди землі, що значною мірою сприяє підвищенню об'єктивності і точності такої оцінки та доведено практичну цінність розглянутих вище новітніх підходів до експертної грошової оцінки аграрних підприємств як цілих майнових комплексів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Голден П. Використання в Україні нерухомого майна в якості забезпечення: проблеми та варіанти вирішення / П. Голден. – К.: Представництво Світового банку, 2002. – 22 с.
- Дем'яненко М.Я. Проблеми іпотеки сільськогосподарських земель / М.Я. Дем'яненко // Економіка України. – 2003. – № 2. – С. 98–104.
- Методичні основи грошової оцінки земель в Україні: [навч. посіб.] / Ю.Ф. Дехтяренко [та ін.]. – К.: Профі, 2007. – 624 с.
- Сонер Дж. Вступ у бізнес / Дж. Сонер; пер. з англ. – К., 1999. – 750 с.
- Кручок Н.С. Іпотека в Україні: стан та перспективи розвитку: [монографія] / Н.С. Кручок. – К.: НІЧЛАВА, 2010. – 298 с.
- Іпотечне кредитування: [навч. посіб.] / За ред. О.С. Любуна, О.І. Кирєєвка, М.П. Денисенка. – К.: Центр навч. літ-ри, 2005. – 392 с.
- Кручок С.І. Іпотечне кредитування: Європейська практика та перспективи розвитку в Україні / С.І. Кручок. – К.: Урожай, – 2003. – 206 с.
- Іпотечне кредитування в аграрному секторі економіки України / М.Я. Дем'яненко [та ін.]. – К.: ІАЕ, 2005. – 106 с.
- Кручок С.І. Методи грошової оцінки земельних ділянок / С.І. Кручок // Землевпорядний вісник. – 2001. – № 3. – С. 38–59.
- Кручок С.І. Обчислення земельної ренти як передумова грошової оцінки ріллі / С. І. Кручок // Землевпорядний вісник. – 2002. – № 3. – С. 35–59.
- Кручок С.І. Питання експертної грошової оцінки сільськогосподарських угідь / С. І. Кручок // Землевпорядкування. – 2001. – № 3. – С. 57–62.
- Міжнародні стандарти оцінки. Принципи, стандарти та правила / Ред. О. Драпівковський, І. Іванова. – К.: UKRels, 1999. – 122 с.
- Національний стандарт № 1 «Загальні положення оцінки майна та майнових прав», затверджений Постановою КМУ від 10.09.2003 р. № 1440 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-p>.
- Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна», затверджений Постановою КМУ від 28.10.2004 р. № 1442 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1442-2004-p>.
- Національний стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів», затверджений Постановою КМУ від 29 листопада 2006 р. № 1655 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1655-2006-p>.
- Про плату за землю: Закон України від 03.07.1992 р. № 2535-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2535-12>.
- Wolff, Guntram B. Foreign direct investment in the enlarged EU: do taxes matter and to that extent? / Guntram B. Wolff. – Frankfurt am Main: Deutsche Bundesbank, 2006. – 60 p. [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.bundesbank.de/Redaktion/EN/Downloads/Publications/Discussion_Paper_1/2006/2006_03_28_dkr_13.pdf.

УДК 379.85

Ковешніков В.С.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій***Розметова О.Г.***кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій*

НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Статтю присвячено дослідженню ролі інноваційної діяльності у розвитку туристичної сфери, аналізу авторських трактувань інноваційної і туристичної діяльності, визначенню основних функцій інновацій та їх напрямів розвитку. Авторами розроблено і наведено новий підхід до класифікації інновацій у туристичній діяльності. Наведено рекомендації щодо підвищення ефективності управління інноваційними процесами в туризмі.

Ключові слова: інноваційна діяльність, об'єкт, суб'єкт, учасник туризму, туристична індустрія, класифікація, туристичні послуги, туристичний продукт.

Ковешников В.С., Розметова О.Г. НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Статья посвящена исследованию роли инновационной деятельности в развитии туристической сферы, анализу авторских трактовок инновационной и туристической деятельности, определению основных функций инноваций и направлений их развития. Авторами разработан и представлен новый подход к классификации инноваций в туристической деятельности. Приведены рекомендации по повышению эффективности управления инновационными процессами в туризме.

Ключевые слова: инновационная деятельность, объект, субъект, участник туризма, туристическая индустрия, классификация, туристические услуги, туристический продукт.

Koveshnikov V.S., Rozmetova O.G. SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL BASES OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE SPHERE OF TOURISM

The article investigates the role of innovation in the development of tourism industry, the analysis of innovative interpretations of copyright and tourism activities, the definition of the main functions of innovations and trends in their development. The authors have developed and introduced a new approach to the classification of innovations in tourism. The recommendations to improve the effectiveness of the management of innovation processes in tourism.

Keywords: innovative activity, object, subject, participant of tourism, the tourism industry, classification, tourist services, tourist product.

Постановка проблеми. Динаміка і масштаби змін, що відбуваються у сфері інноваційної діяльності, зумовили необхідність дослідження, впорядкування і систематизації наукових знань у даній області. Інноваційний розвиток економічних систем характеризується появою нових конкурентних переваг, що дозволяють господарюючим суб'єктам виживати і розвиватися в зовнішньому середовищі. Напрямами досліджень у сфері інноваційної діяльності поширюються на організації різної галузевої приналежності. У процесі вивчення фундаментальних праць вітчизняних і закордонних учених по теорії управління інноваційними процесами автори дійшли висновку, що напрями досліджень в області інновацій у повному обсязі не розкриті в такій сфері діяльності, як туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велику кількість наукових робіт видатних вітчизняних та закордонних вчених присвячено дослідженню інноваційних процесів у різноманітних сферах економіки, у тому числі в туризмі. Значної уваги заслуговує ряд публікацій з проблеми інновацій у туризмі таких науковців, як Буніч Т.У., Завлін П.Н., Ізотова М.А., Кулагін А.С., Леонтьев Л.І., Малахова Н.Н., Молчанова В.А., Новіков В.С., Ушаков Д.С., Юданов А.Ю., Яковлев Г.А., Котлер Ф., Беренс В., Друкер Р., Кларк Д., Портер Р., Шумпетер Й. та ін. В опублікованих працях даних авторів розглянуто питання сутності та функцій інновацій, державного регулювання, стратегії і планування інноваційної діяльності, управління інноваційною діяльністю підприємства та багато інших. Проте залишаються

нерозкритими питання сучасного стану та перспектив впровадження інновацій в практику суб'єктів туристичної діяльності. Потребують розробки нові теоретичні основи інноваційної діяльності в туризмі.

Мета статті полягає у дослідженні ролі інноваційної діяльності у розвитку туристичної сфери, аналізі авторських трактувань інноваційної і туристичної діяльності, визначенні основних функцій інновацій та їх напрямів розвитку, розробці нового підходу до класифікації інновацій у туристичній діяльності

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростання потреб споживача, особливо в туристичній сфері, є історичною закономірністю та наслідком еволюційного розвитку людства. Така вибагливість та різноманітність потреб зобов'язує суб'єктів туристичної діяльності використовувати сучасні досягнення науки і техніки, упроваджувати нові технології обслуговування. Для підвищення ефективності туристичного бізнесу вкрай необхідно ретельніше дослідити теоретичні основи та практичні особливості даної сфери діяльності починаючи з трактувань базових детермінант та визначення основних напрямів інноваційної діяльності.

Однією з визначальних детермінант в туризмі є поняття «туристична індустрія». На думку багатьох вчених та практиків, туристична індустрія є структурно складним та багатограним явищем, отже, є складною системою, що включає в себе ряд елементів, до яких відносять [1, с. 48; 2, с. 29]:

- туристичний продукт (тури, супутні послуги);
- об'єкт туризму (підприємства різної форми власності та інші об'єкти, на яких безпосередньо спо-

живається турпродукт або супутні послуги: готелі, ресторани, підприємства сфери дозвілля і розваг, об'єкти атракції і т. д.);

- суб'єкт туризму (органи та установи: органи управління туризмом, наукові, навчальні, проектні установи);

- учасник туризму (особа, яка користується продуктами і послугами системи туризму);

- організатор туризму (туристичні підприємства з розробки та реалізації туристичного продукту (туроператори і турагенти)).

Даний перелік є далеко не повним та дискусійним. Ускладнення і розширення організаційних процесів у туризмі сприяє залученню до туристичного виробництва нових галузей та підприємств національної економіки. До обслуговування туристів активно залучаються страхові компанії, банки, підприємства торгівлі, організації зв'язку, заклади культури, медичні установи, громадський пасажирський транспорт та багато інших.

Наступною детермінантою, що потребує особливої уваги, є функції інновацій. У цілому до основних функцій інновацій відносять наступні [3, с. 37]:

- залучення у виробництво нових продуктивних сил, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва, скорочення різного роду витрат;
- підвищення рівня життя людини за рахунок високої якості і різноманітності виробленої продукції та послуг, задоволення потреб населення;

- приведення у відповідність структури виробництва та структури потреб, що змінилися, підтримка рівноваги між пропозицією і попитом;
- застосування творчого потенціалу і знань особистості, капіталізація результатів інтелектуальної діяльності.

Однією зі складних методологічних проблем у сфері туризму, на думку окремих науковців, є дослідження

закономірностей і тенденцій комплексного освоєння інновацій, планування та прогнозування позитивних результатів, управління ними. Дана проблема пов'язана перш за все з класифікацією нововведень. Найбільш значимими класифікаційними ознаками при визначенні сутності інновацій у туризмі вважають [2, с. 30]:

- джерело ідеї (нові потреби туристів, нові відкриття, винаходи);

- вид інновації (інфраструктурна, продуктова, організаційна і т. д.);

- ступінь новизни (проривні, поліпшуючі);

- масштабність, пов'язаність (локальні, глобальні, системні);

- капіталозалежність (капіталомісткі, некапіталомісткі, малокапіталомісткі).

Інновації в туризмі розуміють як системні заходи, що мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень. Це забезпечує стійкий розвиток галузі [3, с. 121].

Базуючись на положеннях, викладених Новіковим В.С., у туризмі інноваційна діяльність розвивається по трьох основних напрямках:

- упровадження нововведень, пов'язаних із розвитком підприємства і туристичного бізнесу, у системі і структурі управління (організаційні інновації);
- маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів;

- періодичні нововведення (продуктові інновації), направлені на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування, які дають конкурентні переваги.

Розглянувши запропоновані варіанти, нами здійснено спробу об'єднати і посилити підходи, беручи до уваги дані, що раніше визначені як економічна категорія «туристична індустрія», і структурувати осно-

Таблиця 1

Напрями інноваційної діяльності в туризмі

Елементи індустрії туризму	Напрями інноваційної діяльності
Туристичний продукт	<ul style="list-style-type: none"> – Випуск нових видів турпродукту – Упровадження в традиційний туристичний продукт послуг з новими властивостями – Зміни в організації виробництва традиційних туристичних продуктів
Суб'єкт	<ul style="list-style-type: none"> – Упровадження автоматизованих систем обліку та звітності – Стимулювання кооперації між суб'єктами та інвестиційні вливання для підтримки туризму – Формування позитивного іміджу країни, національного туристичного бренду – Консультативна, фінансова та організаційна допомога з боку держави в розробці та реалізації інноваційних програм, у т. ч. за принципом партнерства – Підтримка та участь у НДДКР у сфері туризму для забезпечення їх комплексності – Створення інноваційних фондів, мережі технопарків, технополісів та інших видів інноваційних структур – Формування ефективної системи управління інтелектуальним потенціалом суб'єктів галузі, його капіталізація – Сприяння міжнародному обміну та співпраці у сфері інноваційної діяльності, поширення інновацій та забезпечення їх доступності для країн з різним рівнем економічного розвитку
Об'єкт	<ul style="list-style-type: none"> – Виробництво інноваційних продуктів і послуг, у т. ч. із застосуванням інноваційних елементів у самому процесі виробництва та обслуговування (ресурси, процеси, технології, технічні засоби та ін.) – Розвиток та використання творчого потенціалу, інтелектуальних здібностей персоналу як джерела інноваційних ідей – Використання сучасних новітніх розробок і технологій у своїй діяльності, їх поширення
Організатор	<ul style="list-style-type: none"> – Діяльність туроператора щодо пошуку, укладання та виконання договорів з третіми особами – виробниками окремих складових туристичного продукту, які мають інноваційний характер або застосовували різноманітні інноваційні процеси при виробництві своїх товарів, послуг – Організація та участь у різноманітних заходах для реклами і збуту інноваційного туристичного продукту (спеціалізовані виставки, фестивалі, ярмарки, організація туристських інформаційних центрів та ін.) – Збереження рентабельності та підвищення ефективності своєї діяльності для посилення позицій на ринку (за рахунок удосконалення системи управління, поглибленого використання сучасних технологій, формування ефективних партнерських відносин та створення синергетичного ефекту і т. д.)
Учасник	<ul style="list-style-type: none"> – Виявлення, дослідження та залучення нового споживача і нового ринку збуту турпослуг і т. д. – Вплив на мотиваційну структуру майбутнього споживача для формування попиту на інноваційні туристичні продукти – Використання учасників індустрії туризму як джерела інноваційних ідей

вні напрями інноваційної діяльності в залежності від того, до якого елемента вони відносяться (табл. 1).

Розглянувши запропоновані різними авторами види інновацій та їхню класифікацію, нами вибрана класифікація, що дозволяє досить широко описати основні напрями інноваційної діяльності в туризмі. У класифікації виділено п'ять груп за базовими ознаками: 1) по поширеності – одиничні; дифузні; 2) за місцем у виробничому циклі – сировинні; що забезпечують (зв'язують); продуктові; 3) по спадкоємності – що заміщають; 4) по охопленню очікуваної частки ринку – локальні; системні; стратегічні; 5) по інноваційному потенціалу і мірі новизни – радикальні; комбінаторні; удосконалювальні. У рамках цього дослідження для нас найбільший інтерес представляє останній напрям класифікації, що у повній мірі виражає й якісні, й кількісні характеристики інновацій у будь-якій галузі економіки, має велике значення для економічної оцінки їх наслідків та обґрунтування управлінських рішень.

Деяко інший підхід до визначення основних напрямів інноваційної діяльності в туризмі у своїх роботах показав Яковлев Г.А. На думку науковця, основними напрямками інноваційної діяльності для туристських підприємств є використання нових технологій і техніки в створенні та наданні традиційних послуг, упровадження нових послуг з новими властивостями, зміни в організації процесів виробництва і споживання традиційних туристських послуг, використання нових туристських ресурсів, виявлення та використання нових ринків збуту туристського продукту [4, с. 153]. Проте автором не зазначено, за яким принципом проведена класифікація. Розглянувши варіанти, ми пропонуємо об'єднати і посилити досліджені підходи, беручи до уваги значення економічної категорії «інноваційна діяльність у туризмі», і розглянути основні напрями інноваційної діяльності залежно від того, до якого процесу вони відносяться (табл. 2).

У сучасних умовах інноваційність є характерною ознакою розвитку суспільства. У туристичний бізнес цей аспект вносить особливу значимість.

За П. Друкером, інноваційна діяльність – це «добре організована, раціональна, систематична

робота». Тобто це діяльність з метою отримання кардинально відмінного (позитивного) результату, який включає потенціал для наступних нововведень, перебуваючи у тих самих умовах і використовуючи ті ж самі ресурси. «Нововведення, в основі якого лежать нові знання, саме викликає зміни і націлене на створення нової потреби», передбачає новаторство як систему, як образ мислення і дії. За П. Друкером, результативність – наслідок того, що «робляться потрібні, правильні речі» (doing the right things), а ефективність – «правильно створюються ці самі речі» (doing things right). У діяльності будь-якого підприємства необхідним є як перше, так і друге. Важливо не тільки отримати інновацію з мінімальними витратами (у вигляді нового продукту, технології, методів організації й управління), а й саме нововведення як цінність, що має бути корисним і потрібним, тобто відповідати певним вимогам як з боку підприємства-інноватора, так і з боку споживачів цієї інновації.

Туризм, будучи однією з самих прибуткових галузей національної економіки, зумовлює інтерес до себе з боку багатьох учених. Аналіз трактувань поняття «туризм» дозволив встановити, що більшість авторів сходяться на думці, що туризм: є галуззю економіки; складається з організацій, що задовольняють потреби туристів; є джерелом доходу за рахунок формування, просування і реалізації туристських продуктів і послуг [5, с. 28]. На підставі зробленого аналізу пропонується дотримуватися думки більшості вчених і надалі розглядати туризм як сукупність організацій, діяльність яких істотно впливає на економічні показники регіону за рахунок формування, просування і реалізації якісних, унікальних і конкурентоздатних туристських продуктів і послуг.

Результатом туристської діяльності є продукт, який з різних причин застаріває. На основі того, що споживач туристських послуг споживає деяку кількість продуктів або послуг, з одного боку, серед постачальників туристських послуг з'являється конкуренція. З іншого боку, постачальникам доводиться кооперуватися між собою, коли споживач потребує додаткових послуг. У процесі кооперації і конкуренції виникає новий туристський продукт. У цей момент традиційний туризм перетворюється в інноваційний.

Таблиця 2

Основні напрями інноваційної діяльності в туризмі

Вид процесу/інновації	Формування	Просування	Реалізація
радикальні	використання при виробництві інноваційних продуктів нових туристських ресурсів	використання нових технологій просування традиційних послуг	поява нового ринку збуту туристських послуг, нового споживача
комбінаторні	упровадження в традиційний туристський продукт окремих послуг з новими властивостями	просування традиційних туристських послуг з використанням нових для цих послуг маркетингових ходів	виявлення та використання нових ринків збуту туристичного продукту
удосконалювальні	зміни в організації процесу виробництва традиційних туристських продуктів	поліпшення організації просування традиційних туристських продуктів	збереження або посилення ринкових позицій туристських фірм

Таблиця 3

Трактування процесів інноваційної діяльності в туризмі

Процеси	Змістовна характеристика процесу
Формування	процес виникнення ідеї, який представлений як результат упорядкованої діяльності туроператора по укладенню і виконанню договорів з постачальниками туристських послуг, що створюють окремі нові або вдосконалені послуги, які входять до інноваційного турпродукту
Просування	комплекс заходів для реалізації інноваційного туристського продукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів та ін.)
Реалізація	діяльність турфірм по укладенню договору про реалізацію інноваційного туристського продукту зі споживачем, а також діяльність турфірм і(чи) постачальників інноваційних туристських послуг з надання споживачеві самих інноваційних туристських послуг відповідно до цього договору

Інноваційна діяльність у туризмі – це тісно пов'язані між собою процеси по формуванню, реалізації, просуванню і післяреалізаційному обслуговуванню суб'єктами інноваційної діяльності в туризмі інноваційного туристського продукту, а також дії по фінансовому забезпеченню цих процесів, що в результаті призводять до отримання економічного ефекту [6; 7, с. 35].

У контексті цього дослідження доцільно використати тлумачення процесів, що входять до складу інноваційної діяльності в туризмі (табл. 3).

Інноваційний процес у туризмі достатньо специфічний. Інноваційні зміни в туризмі створюють внутрішню енергію ефективного зростання. Ці зміни порушують збалансованість, але створюють основи подальшого розвитку, перехід системи в нову якість. Тому саме професійне введення інновацій у життя і є розвитком тієї чи іншої галузі. Сучасні фахівці з розвитку суспільства стверджують, що жодна з проблем, з якою стикається в наші дні бізнес, не є більш важливою і складною, ніж проблема нововведень.

До інноваційної діяльності в туризмі відноситься вся діяльність у рамках інноваційного процесу, включаючи маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища та споживчих властивостей товарів конкуруючих фірм, пошук новаторських ідей і рішень, партнерів з упровадження та фінансування інноваційного проекту, а також удосконалення системи управління характером і структурою взаємовідносин суб'єктів галузі, формування їх інтелектуального потенціалу [8].

Інновації в туризмі є засобом високого ступеня складності. Вони, як правило, реалізуються за допомогою серії тактичних кроків, які ведуть до поступового розвитку і є процесом зі зворотним зв'язком. Одна інновація неминуче тягне за собою іншу.

У лідируючих туристичних компаніях інновації є рутинною справою. Уже не ставиться питання про щасливий випадок або раптовий прояв генія – інновації програмується підприємством і є стандартною складовою корпоративного прийняття рішення про розподіл ресурсів. Сучасні компанії резервують значну частину свого загального бюджету на дослідження і розвиток і зробили інновації частиною щоденного планування. Інновації стають передбачуваним і контрольованим бюрократичним процесом, який зараз є об'єктивним додатковим чинником виробництва.

Інноваційна активність організацій сфери туризму в сучасних умовах безпосередньо залежить від їхнього науково-технічного потенціалу, що включає:

1. науково-технічні та інженерні кадри;

2. матеріально-технічну базу науково-технічної діяльності – сукупність засобів праці у сфері наукових дослідів, у тому числі наукове обладнання, установки і техніка в експериментальних цехах, лабораторіях, обчислювальних центрах і т. п.;

3. інформаційне забезпечення – звіти, публікації, банки даних, нормативно-технічна, проектно-конструкторська і технологічна документація, зразки нової продукції;

4. систему організації науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт і керування ними на підприємстві готельного господарства.

Науково-технічний потенціал підприємств індустрії туризму виступає складовою їхнього інноваційного потенціалу, тобто здатністю підприємства до розвитку на основі розробок і введення нових послуг, продуктів і технологій.

Висновки. У сучасному розумінні інновації в туризмі – це заплановані, цілеспрямовані та керувані практичні зміни, нововведення на рівні організацій, які задіяні у туристичній сфері, держав, громадських об'єднань та інших складових індустрії туризму, спрямовані на інтенсифікацію туристичних потоків, створення пропозиції, яка максимально задовольняє попит сучасного вибагливого споживача. Вплив науково-технічного прогресу має поширюватись на всі елементи туристичної індустрії. Саме така взаємодія цих елементів призведе до істотного синергетичного ефекту та якісного зростання сфери туризму.

Розвиток сучасного туристичного бізнесу можливої тільки на основі пошуку та впровадження нових ідей, розширення асортименту товарів і послуг, удосконалення процесів їх виробництва. Незважаючи на еволюційність та закономірність інноваційних процесів у сфері туризму, окремі інновації можуть виникати зовсім несподівано під прямим або опосередкованим впливом певних подій у суспільстві, світі в цілому. Тому вивчення теоретико-методологічних аспектів формування та реалізації інноваційних процесів у сфері туризму, дослідження причин та наслідків появи нововведень, розробка методів їх упровадження представляє собою значний науковий і практичний інтерес.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лойко О.Т. Туризм і готельне господарство: [навч. посіб.] / О.Т. Лойко. – Томськ: ТПУ, 2005. – 152 с.
2. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О.Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 23. – С. 29–31.
3. Новиков В.С. Інновації в туризмі: [учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед.] / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
4. Яковлев Г.А. Економіка і статистика туризму: [навч. посіб.] / Г.А. Яковлев. – М: РДЛ, 2004. – 376 с.
5. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу / Г.І. Михайличенко // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 1(7). – С. 28–32.
6. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
7. Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку / М.Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 16. – С. 34–36.
8. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства / П.Р. Пуцентейло [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://litra.com.ua/catalogue/turizm>.

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.47

Бабаченко Л.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Чернігівського національного технологічного університету*

ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В ТОВАРНІЙ ІННОВАЦІЙНІЙ ПОЛІТИЦІ

У статті розглянуто основні властивості транспортних послуг та визначено, що попит на послуги визначається кон'юктурою ринку й обумовлює специфічні особливості процесів виробництва та реалізації послуг. Зазначено основні положення, які визначають специфіку виробництва і споживання транспортних послуг. Уточнено характеристику транспортної послуги, враховуючи те, що однією із основних у переліку споживчих властивостей даної послуги споживач називає вимогу ціна-якість.

Ключові слова: логістика, маркетинг, транспортні послуги, асортимент, товарна інноваційна політика.

Babachenko L.V. LOGISTICAL COMPONENTS OF MARKETING EFFICIENCY IN PRODUCT INNOVATION POLICY

В статье рассмотрены основные свойства транспортных услуг и определено, что спрос на услуги во многом определяется конъюнктурой рынка и обуславливает специфические особенности процессов производства и реализации услуг. Указаны основные положения, которые определяют специфику производства и потребления транспортных услуг. Уточнена характеристика транспортной услуги, учитывая, что одним из основных в перечне потребительских свойств данной услуги потребитель называет требование цена-качество.

Ключевые слова: логистика, маркетинг, транспортные услуги, ассортимент, товарная инновационная политика.

Babachenko L.V. LOGISTICS COMPONENT MARKETING EFFICIENCY IN PRODUCT INNOVATION

In the article the basic properties of transport services and determined that demand for services is largely determined by market conditions and determines the specific characteristics of production processes and implementation services. Outlines the regulations that determine the specificity of production and consumption of transport services. Specifies the characteristics of the transport services given that one of the main consumer properties in the list of the service consumer calls the demand for money.

Keywords: logistics, marketing, transportation, portfolio, product innovation policy.

Постановка проблеми. Перехід до ринкової економіки, поява нових форм власності, відмова від жорсткого централізованого планування викликали необхідність пошуку нових рішень і підходів до управління економічними процесами. Виникнення ринкових відносин між суб'єктами транспортної галузі сприяло швидкому входженню в ділову і наукову лексику поняття «ринок транспортних послуг». Якщо в поняттях «транспорт», «транспортна галузь», «транспортна система» перевага надавалася технічним, технологічним, експлуатаційним факторам організації, то введення поняття «ринок» поставило на перший план економічні чинники організації галузевого управління. При цьому в спеціальній літературі визначення поняття «ринок транспортних послуг» (далі – РТП) досі зустрічається вкрай рідко. В умовах конкурентної боротьби рівень попиту на транспортні послуги визначається якістю сервісу, оскільки його підвищення дає змогу збільшити ефективність виробництва. Транспортні послуги, як і багато інших, повинні бути реалізовані так, щоб з мінімальними витратами були задоволені всі вимоги замовника. Саме тому, визначаючи за мету забезпечення надання якісних транспортних послуг з мінімальними витратами, потрібно здійснювати ефективне формування асортименту транспортних послуг, враховуючи зростаючі потреби споживачів у сучасних ринкових умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз зарубіжної економічної літератури свідчить, що про-

блемам, які виникають при наданні транспортних послуг, та вивченню тенденцій формування асортименту транспортних послуг приділялася увага вченими В.Н. Лівшиць, Н.П. Носовим, які розглядають ринок транспортних послуг «в якості інструменту або засобів досягнення мети: найбільш раціонального розподілу транспортних ресурсів єдиної транспортної системи» [8, с. 64]. Питання підвищення якості транспортних послуг досліджують у своїх працях такі українські вчені: І.М. Вакарчук, В.С. Вініченко, І.Г. Лебідь, М.В. Ляхов, В.С. Маруніч, О.І. Мельниченко, Н.Ю. Ткаченко. Ринок транспортних послуг Е.А. Жуков розуміє як «складну багатфакторну динамічну систему особливих економічних відносин обміну» [4, с. 37]. В.І. Бутов, В.Н. Гурмак констатують факт створення ринку транспортних послуг і визначають його як складну економічну систему [3, с. 26]. В.А. Персіанов висловлює думку, що РТП являє собою сукупність реальних і потенційних покупців і продавців, форму контактів між ними з приводу обміну специфічним продуктом – транспортними послугами.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Розглядаючи різноманітність наведених тлумачень можна зробити висновок, що «ринок транспортних послуг» у загальному вигляді розуміється як комплекс ринкових відносин, які складаються в транспортній галузі. Однак подібне розуміння сутності ринку транспортних послуг нині потребує уточнення. Поняття «транспортна галузь», «транспортна

система» міцно зайняли своє місце в спеціальній термінології і охоплюють практично всі аспекти відносин між суб'єктами, елементами, учасниками ринку, але наразі необхідно розглянути, які саме відносини включають у поняття ринку транспортних послуг, оскільки разом з попитом та технологічною і інноваційною революцією галузевого виробництва відбувається активне розширення асортименту ринку транспортних послуг.

Мета статті. Головною метою роботи є аналіз закономірностей і особливостей українського ринку транспортних послуг, визначення його тенденцій, проблем формування асортименту та визначення пріоритетних напрямів розвитку.

Виклад основного матеріалу. Логістика є одним із ключових напрямів розвитку сучасної економіки, оскільки центр формування витрат перемістився зі сфери виробництва у сферу обігу товарної продукції. У кінцевій ціні вітчизняної продукції транспортна складова приблизно вдвічі перевищує рівень, характерний для розвинених країн. Логістика спрямована на усунення цього негативного для економіки фактора, який істотно знижує конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників. Пріоритетною ознакою національної транспортної політики є становлення національного ринку транспортних послуг. Транспортні послуги потрібно розглядати як сукупність послуг, пов'язаних з фізичним переміщенням у просторі пасажирів, багажу та вантажів. Розглянемо поняття ринку транспортних послуг (РТП), спираючись на розуміння сутності транспортних послуг. Традиційно товар розглядається як матеріальний продукт, який призначений для обміну і задоволення деяких потреб і бажань людини чи організації, послуга – як процес задоволення деяких потреб і бажань за допомогою вчинення та надання чого-небудь нематеріального, будь-яких дій або видів робіт, або як нематеріальний товар. Відомо, що при наданні послуг споживча вартість споживається як така, без перетворення форми діяльності у форму речі, що не змінює характеру обміну споживчих вартостей [5, с. 126].

Транспортні послуги, зберігаючи загальні властивості послуг, приймають специфічний вид відносин обміну з урахуванням особливостей діяльності з переміщення у просторі та часі вантажів і пасажирів, виконанню операцій з їх підготовки до переміщення та здачі одержувачу.

Асортимент транспортних послуг надзвичайно широкий і зростає разом із попитом та технологічною та інноваційною революцією галузевого виробництва. Однак попит на послуги багат в чому визначається властивостями послуги, кон'юнктурою ринку й обумовлює специфічні особливості процесів виробництва та реалізації послуг.

З точки зору логістики товарний ринок – це система, що забезпечує фізичне переміщення товарів каналами товароруку і фінансові та інформаційні потоки, які забезпечують дані процеси. Логістика широко застосовується до управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками для інтеграції окремих агентів товарних ринків в єдину систему, здатну швидко і ефективно транспортувати необхідний товар споживачеві і забезпечити фінансові платежі. Концентруючись на матеріально-технічному аспекті товароруку, логістика не розглядає узгодження різних економічних інтересів агентів ринку, вкрай важливого для забезпечення єдності ринків.

Розвиток концепції просторового розподілу товарних потоків у 80-90 рр. відбувалося у трьох основних напрямках [1, с. 23]:

- торгово-розподільна система регіону в умовах зростання конкуренції;
- регіональне програмування розподільної системи;

- структура каналів розподілу і розробка вертикальних, горизонтальних і багатоканальних торгово-розподільчих систем.

Процес товароруку на товарному ринку являє собою комплекс заходів, що забезпечують фізичний розподіл товарної маси в ринковому просторі, який включає в себе кілька етапів:

- вибір місця зберігання запасів готової продукції;
- визначення системи переміщення вантажів (товарів) від цехів підприємств до місць упаковки (розфасовки) і на склади;

- впровадження автоматизованої системи управління запасами, особливо на складах, де зберігаються масова продукція та запасні частини до машин і устаткування;

- вибір і впровадження автоматизованої системи обробки замовлень;

- вибір способів і маршрутів транспортування товарів до місць продажу;

- вибір і організація місць продажу товарів;

- усі процедури, пов'язані з передпродажним сервісом, включаючи упаковку, налагодження і пуск, насамперед машин, устаткування, складної побутової техніки та інших машинобудівних товарів культурно-побутового призначення.

Специфіку виробництва і споживання транспортних послуг коротко можна сформулювати в таких положеннях.

По-перше, праця працівників транспортних підприємств є продуктивною, при цьому його результати не втілені в речовій формі, як у випадку матеріальних товарів. Корисний ефект від послуги є споживною вартістю транспортної продукції.

По-друге, транспортна послуга (далі – ТП) і процес виробництва не існують окремо, збігаючись у часі і просторі, тому ТП не можна зберігати, складувати, накопичувати.

По-третє, при виробництві ТП не використовується сировина, а у витратах на виробництво ТП велика частка живої праці (заробітної плати), допущений «недолік» неможливо виправити.

По-четверте, виробництво транспортних послуг дуже залежить від зовнішнього середовища. Процеси, в яких залучений транспорт, динамічні і мінливі. Повнота, цілісність, своєчасність, економічність, безпека доставки вантажу залежать не тільки від якості планування доставки, кваліфікації персоналу, організації роботи, але більшою мірою – від реальних умов експлуатації, дорожньої ситуації, клімату, географії маршруту, політичної та соціальної ситуації на територіях, через які доставляється вантаж.

Більш глибоко специфіка виробництва і продажів транспортних послуг проявляється при деталізації вимог клієнтури і самих виробників послуг у моменти обговорення і укладання угод і відображається в цінах на ТП. Різниця позицій клієнта і виробника послуги при деталізації умов виконання конкретного договору визначає необхідність виділення двох груп у структурі властивостей транспортної послуги: споживчих і економічних [7, с. 173].

Споживчі властивості визначають позицію і вимоги споживачів до транспортних послуг. Вони можуть бути представлені на поточний момент часу як комплекс реальних вимог і очікувань клієнта, що пред'являються до транспортування товарів, рівню розвитку і використання сучасних технологій.

Економічні властивості відображають можливості виробника послуг по задоволенню вимог споживачів.

Наприклад, однією із основних у переліку споживчих властивостей транспортної послуги клієнт називає вимогу ціна-якість, яка для транспортної послуги уточнюється через характеристики: своєчасність, повнота, цілісність, безпека доставки вантажу клієнту. Для виробника транспортної послуги забезпечення терміновості, повноти, схоронності, безпеки тощо кількісно виражається в рівні витрат. Отже, приймаючи рішення про співвідношення ціна-якість, виробник порівнює можливості і витрати. Якщо співвідношення дає змогу виконати заданий клієнтом рівень якості, клієнт і виробник у такій ситуації максимально задоволені, а сама ситуація може бути визнана продуктивною для розвитку ринку в цілому і підтримання сприятливої кон'юнктури [6, с. 62]. Так як окрім чистого економічного результату від виробництва і продажу послуг виробник отримує результат у вигляді зміцнення іміджу фірми, підвищення довіри громадськості та клієнтури, то з деяким запізненням це визначає зростання ціни на ТП і зміну становища підприємства-виробника послуг на ринку.

Приділення уваги специфічному виду товару – транспортним послугам і виділення цього виду послуг із загального асортименту, що відрізняється за технологією виробництва, продажем, що мають яскраво виражену індивідуальність, формують сутність поняття «ринку транспортних послуг».

Логістика регіональних потоків має бути спрямована на ефективне використання матеріальних, фінансових, трудових та інформаційних ресурсів, скорочення обсягів нерациональних, зустрічних і дублюючих потоків і, в кінцевому рахунку, повинна сприяти більш успішному вирішенню актуальних соціальних та економічних проблем регіону. Нині склалися всі умови для організаційного оформлення логістичних систем регіону. На регіональному рівні доцільне створення державних логістичних структур з координації товароруху. Основними функціями цих структур мають бути:

- прогнозування розвитку товаропровідних систем на регіональному рівні та координація заходів щодо створення макрологістичних систем;
- мотивація та ініціювання впровадження новітніх технологій в області логістики регіону;
- підтримка суб'єктів логістики, безпосередня участь у процесі регіональних інформаційних систем, інтегрованих у міжрегіональні, міждержавні системи баз даних;
- нормотворча діяльність в галузі регулювання руху товарів;
- розробка методичних вказівок і рекомендацій щодо оптимізації регіональних транспортних потоків, а також щодо застосування та використання раціональних схем організації товаропотоків;
- мотивація раціоналізації параметрів регіональних транспортних потоків через систему гнучких тарифів за перевезення;
- формування інвестиційної та інноваційної політики в області регіональної логістики;
- територіально-галузєва координація діяльності торгово-посередницьких підприємств і організацій, транспортно-складських терміналів та інших суб'єктів регіональної логістики;
- фінансування пріоритетних з погляду регіону науково-дослідних проектів у сфері логістики;
- організація спільно з навчальними закладами та центрами процесу підготовки та перепідготовки кадрів для регіональних структур логістики [4, с. 51].

Розвиток як етап і процес майбутнього для РТП має принципово важливе значення, так як характеризує зміну якісних станів ринку, спирається на аналіз тенденцій, особливостей, закономірностей і систему прогнозів. Як етап розвитку характеризується нестабільністю умов і зміною форм ринку транспортних послуг. Як процес являє собою накопичення потенціалу більш високої якості ринкових відносин і має деяку циклічність. Облік цих моментів дає змогу правильно визначити напрями і пріоритети розвитку, мобілізувати і максимально використовувати можливості і ресурси не тільки організації, але й самоорганізації, прораховуючи ефекти, наслідки та результати прийнятих рішень.

Донині нові форми і методи логістичного обслуговування виробництва отримують розвиток в окремих районах країни і широко освоєні в низці зарубіжних країн. При функціонуванні на ринках товарів виробничого призначення нових логістичних посередників досягаються такі цілі:

- підвищення рівня рентабельності та конкурентоспроможності, відносно скорочення витрат товароруху, диверсифікація виконуваних функцій;
- зниження рівня комерційних витрат у підприємств, що обслуговуються посередниками;
- прискорення оборотності запасів продукції, підвищення ефективності використання складських потужностей і підйомно-транспортних механізмів, забезпечення режиму економії у транспортно-складському процесі.

Регіональні органи виконавчої влади можуть сприяти впровадженню на підприємствах оптової торгівлі таких видів логістичних послуг:

- консалтингових – з організації господарських зв'язків, транспортно-складських процесів, раціональної організації транспортно-економічних зв'язків, регулювання виробничих і товарних запасів;
- інформаційних – по новим методам і технологіям відносин на товарному ринку, за його кон'юнктури, питанням розвитку транспортно-складського господарства;
- транспортно-експедиційних – при забезпеченні виробничих потреб виготовлювачів і споживачів продукції;
- складських – промисловим підприємствам (приймання, зберігання, відправлення продукції, організація та модернізація складського господарства).

Використання результатів новітніх досліджень і відкриттів у галузі самоорганізації стає необхідним для прогнозування та управління розвитком і самоорганізацією, регулювання таких великих і складних систем, як ринок транспортних послуг. При цьому менш дослідженими в прикладній науці є проблеми діагностики, аналізу стану і мінливості поведінки ринку транспортних послуг у регіоні, тенденцій та особливостей його функціонування та розвитку, проблеми переходу низької якості системи ринку в якісну, проблеми формалізації розвитку у вигляді побудови більш точних прогнозів поведінки ринку і його потенціалу.

Визначення ринку транспортних послуг у регіоні як економічної системи вимагає більш глибокого аналізу, що дає змогу детально представити його сутність, особливості, властивості, будову, поведінку і розвиток для цілей подальшого використання отриманих результатів при управлінні поведінкою такої системи. У загальному вигляді процедури аналізу і проектування структур та механізмів функціонування виробничих та економічних систем містять наступні етапи [2, с. 37]: ідентифікація та аналіз

ланцюгів системи, визначення завдань, діагностика її стану; формування організаційної структури системи, що забезпечує досягнення поставлених цілей; створення механізму реалізації поставлених завдань; побудова алгоритмів корекції розвитку.

Ринок транспортних послуг регіону крім своєї основної внутрішньої функції – забезпечення потреб регіональної економіки в перевезеннях вантажів і пасажирів – є носієм загальносистемної функції, засобом здійснення економічних торговельних зв'язків міжнародних та міжрегіональних, в масштабах території держави [4, с. 27].

Динамічне формування ринкових засад господарства в країні, об'єктивна інтеграція економік окремих регіонів в загальнодержавний і світовий економічний простір визначають пріоритет розвитку ринку транспортних послуг у цілому і РТП найбільш значущих територій. Регіональні ринки транспортних послуг можуть стати каталізатором динаміки економічного розвитку певної території та національної економіки, потужним, надійним джерелом фінансування, основою розвитку інших сфер та видів господарської діяльності, тому забезпечують переміщення товарних мас і прискорюють оборот фінансових ресурсів.

Основою для формування ринків транспортних послуг у країні стає необхідність стимулювання процесу створення ринкових відносин всередині регіонів між підприємствами, що мають потребу або беруть участь у переміщенні вантажів і пасажирів в умовах нестійкого законодавства, впливу кон'юнктури ринку, посилення національної та міжнародної конкуренції, динамічного прогресу науки і техніки, недостатню ефективність функціонування економіки регіону. Формування в регіонах РТП відповідає загальній економічній політиці структурних перетворень.

Висновки і пропозиції. Метою регулювання РТП у регіоні на етапі функціонування і розвитку має стати створення «цивілізованого ринку транспортних послуг», основними критеріями якого можуть бути: висока якість послуг, кооперація ресурсів та дій учасників ринку, співпраця, а не боротьба між ними, висока інформативність, висока результативність ринку, як системи прискорення економічних процесів в регіоні. Безумовно, цивілізований ринок неможливий без створення високотехнологічної матеріальної основи у вигляді транспортної мережі регіону, парку

транспортних засобів, механізмів та обладнання, а також необхідних для цього інвестицій.

Однак функціонування і розвиток РТП залежать від вирішення проблем: слабкої матеріально-технічної бази та нестачі інвестицій на її модернізацію і розвиток; регулювання, що не враховує вплив самоорганізації на стан і поведінку ринку; неузгодженості правових і законодавчих норм поведінки учасників ринку; впливу транспорту на навколишнє середовище та здоров'я людини; недостатнього забезпечення безпеки транспортної діяльності; ігнорування можливостей використання новітніх наукових відкриттів для дослідження, оцінки й прогнозу поведінки РТП і багатьох інших. Нагромаджені проблеми сприяють ослабленню позицій продавців транспортних послуг та дисгармонійного розвитку ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабаченко Л.В. Транспортний потенціал Чернігівського регіону в умовах транскордонного співробітництва / Л.В. Бабаченко // Економіка та фінанси в умовах глобалізації: досвід, тенденції та перспективи розвитку: І Міжнародна науково-практична конференція (22-24 квітня 2009 р.). – Мокіївка: Мокіївський економіко-гуманітарний інститут, 2009. – С. 22-24.
2. Бабаченко Л.В. Регулювання процесів підвищення ефективності організації транспортного обслуговування населення [Текст] / Л.В. Бабаченко // Молодий вчений. – 2014. – № 9. – С. 36-38.
3. Відоменко О.І. Дослідження еволюції становлення логістики як науки / О.І. Відоменко, Г.В. Коцюченко // Соціум. Наука. Культура.: матеріали восьмої Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф., 24-26 січня 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kotsyuchenko-gv-kenvidomenko-oi-doslidzhennya-evolyutsiyi-stanovlennya-logistiki-yak-nauki>.
4. Жаліло Я.А. Післякризовий розвиток економіки України / Я.А. Жаліло, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська [та ін.]. – К.: НІСД, 2011. – 66 с.
5. Кальченко А.Г. Логістика: підруч. / А.Г. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2003. – 284 с.
6. Климова І.Г. Розвиток логістичного управління на промислових підприємствах // Економіка і держава. – 2006. – № 9. – С. 49-51.
7. Перебийніс В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування: монографія / В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2005. – 207 с.
8. Тренев Н.Н. Транспортное предприятие и его структура: учеб. пособие для вузов / Н.Н. Тренев. – М.: ПРИОР, 2000. – 288 с.

УДК 339.138

Багорка М.О.*кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри маркетингу
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету***Безугла Л.С.***кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри маркетингу
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розкрито сутність і особливості маркетингу в системі управління підприємством, а також розроблено практичні рекомендації щодо формування організаційної структури управління маркетинговою діяльністю на основі забезпечення довготривалих взаємовідносин товаровиробників із клієнтами.

Ключові слова: маркетинг, система управління, аграрні підприємства, відділ маркетингу, інформаційне забезпечення.

Багорка М.А., Безуглая Л.С. НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье раскрыты сущность и особенности маркетинга в системе управления предприятием, а также разработаны практические рекомендации по формированию организационной структуры управления маркетинговой деятельностью на основе обеспечения долговременных взаимоотношений товаропроизводителей с клиентами.

Ключевые слова: маркетинг, система управления, аграрные предприятия, отдел маркетинга, информационное обеспечение.

Bagorka M.A., Bezugla L.S. DIRECTIONS MANAGEMENT SYSTEM MARKETING ACTIVITY AGRICULTURAL ENTERPRISES

The article reveals the essence and characteristics of marketing in business management, as well as practical recommendations on forming organizational structure of marketing activities based on lasting relationships with producers clients.

Keywords: marketing, management system, farms, marketing department, information.

Постановка проблеми. На сучасному етапі становлення ринкової економіки України зростає роль удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств. Невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності виступає розуміння та використання концепції маркетингу в управлінні підприємством. Якісна соціальна складова маркетингу в управлінні величезна, оскільки зумовлює високоприбуткову ритмічну діяльність суб'єктів господарювання.

Сьогодні впровадження маркетингу в практичну діяльність аграрних підприємств хоча й набуває все більшого поширення, проте повною мірою ще не використовуються всі форми управління маркетинговою діяльністю. А це створювало б передумови для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, адаптації до постійних змін зовнішнього середовища і кон'юнктури ринку, стабільності умов господарювання.

В основі ефективного ведення сільськогосподарського виробництва лежать сучасні підходи й методи господарювання, тому необхідною умовою є створення налагодженої системи маркетингового управління по всіх напрямках діяльності.

Сучасні проблеми встановлення й розвитку ринкових відносин в агропромисловому виробництві України на фоні еволюції систем управління практично в усіх ланках АПК дають підстави говорити про необхідність формування й реалізації ефективної системи маркетингового управління. Потреба у формуванні системи управління, в основі якої лежить розробка рекомендацій з організації та освоєння інструментів маркетингу, який є засобом перспективного розвитку підприємств в агропромисловому виробництві, визначає актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управління маркетингом розглядається більшістю науков-

ців та практиків із позицій функцій маркетингу в межах відділу маркетингу на підприємстві, але не з позицій управління ним у межах цілого підприємства, тобто на сьогоднішній день незначну увагу приділено формуванню цілісної системи управління маркетингом як процесу, що охоплює всі напрями діяльності підприємства.

Питання маркетингового управління досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні науковці: Г. Армстронг, П. Друкер, Ф. Котлер, К.Л. Келлер, Р. Бренсон, А.В. Войчак, Л.В. Балабанова, М.М. Біловодська, М.І. Белявцев, В.Н. Воробйова, Р.Х. Іванова, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, Н.М. Комарова, В.П. Оніщенко, А.В. Романова та ін.

Сучасне бачення проблем розвитку маркетингу у вітчизняній науковій літературі розкривають М.І. Андрушко, Т.Г. Дудар, М.М. Єрмошенко, Ю.Б. Іванов, С.І. Косенков, В.В. Липчук, А.О. Старостіна, Г.В. Черевко та ін.

Проблемні питання функціонування сільськогосподарських підприємств знайшли своє відображення у наукових працях таких українських учених, як П.С. Березівський, О.М. Бородіна, М.В. Бочков, В.Г. Галанець, П.М. Гарасим, М.І. Долішній, Є.С. Карнашова, В.І. Копитко, Е.В. Лисенко, А.І. Лисецький, М.А. Лендел, В.П. Мікловда, Л.Я. Новаковський, П.Т. Саблук, В.Г. Трегобчук, А.М. Третяк, В.М. Хлисту, В.В. Шепя, В.В. Юрчишин та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте питання напрямів розвитку маркетингового управління в аграрному секторі економіки з урахуванням змін, що відбулися в процесі його глобалізації, залишаються недостатньо вивченими. А більшість наукових розробок мають загальний характер, мало враховують особливості сільськогосподарських підприємств, тому формування маркетингового управління залишається нерозкритим.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних засад та розробки прикладних рекомендацій щодо формування та функціонування системи управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Еволюційний розвиток теорії і практики маркетингу засвідчує, що розуміння його ролі та сутності змінювалося з розвитком ринкових відносин і ускладненням методів маркетингової діяльності. Розвиток маркетингу пройшов значну еволюцію: виникнувши як діяльність по розподілу і збуту товарів, маркетинг поступово перетворився на багатосторонню систему принципів, на основі яких підприємства можуть установлювати виробничо-економічні зв'язки зі своїми ринками [1].

Маркетинг у галузі агропромислового виробництва (агромаркетинг) як комплексна ринкова діяльність представляє собою систему поглядів та дій, пов'язаних із вивченням потреб, можливостей виробництва та обміну з метою задоволення всіх потреб із найменшими витратами ресурсів і найбільш повним споживацьким ефектом [2].

Специфіка маркетингової діяльності в аграрному секторі пов'язана з особливостями сільського господарства, виробництва сільськогосподарської продукції, продуктів харчування, а також ринкового механізму. Аграрний маркетинг являє собою складну і багатогранну підприємницьку діяльність, спрямовану на організацію руху сільськогосподарської продукції і готових продуктів харчування від поля до споживача, яка орієнтується на задоволення інтересів: споживача – в ефективнішому задоволенні потреб через придбання якісної продукції; товаровиробника – в одержанні прибутку, забезпеченні сталого розвитку та доброзичливих відносин із партнерами по бізнесу; держави – у підвищенні добробуту [4].



Рис. 1. Основні принципи управління маркетингом на підприємстві

Управління маркетинговою діяльністю спрямовано на забезпечення конкурентоспроможності агроформувань на основі врахування закономірностей функціонування і розвитку аграрного ринку. У системі управління маркетингом на підприємстві виділено три рівні: апарат управління підприємством, апарат управління службою маркетингу, структурні підрозділи служби маркетингу, які мають свої цілі, завдання й функціональні обов'язки. Маркетингова орієнтація докорінно змінює організаційну струк-

туру підприємства, ставить підвищені вимоги до рівня виконання обов'язків та професіоналізму працівників. При цьому управління маркетингом має здійснюватися системно і комплексно відповідно до основних принципів.

Принципи маркетингу повинні стати головними в управлінні.

Сучасна концепція маркетингу визначає роботу підприємства на основі інформації про споживчий попит та його змінах у найближчій перспективі. Головним у маркетингу є двоєдиний та взаємодоповнюючий підхід. З одного боку – глибоке вивчення ринку, попиту потреб та запитів споживачів, орієнтація виробництва на них, адресність продукції, що випускається. З другого боку – активний вплив на ринок та попит, формування цих потреб та запитів [1].

Перед аграрними підприємствами постає низка серйозних економічних проблем щодо формування та активізації збутової діяльності, зокрема:

- відсутність інформації про ринки;
- низькі реалізаційні ціни та низький споживчий попит;
- нездатність організувати виробничий процес у часі таким чином, щоб максимально відповідати потребам ринку;
- обмежена конкурентоспроможність на ринку;
- незначний досвід у галузі створення кооперативів;
- недостатня поінформованість про системи планування бізнесу та маркетингу;
- відсутність упевненості в точному виконанні угод, що перешкоджає налагодженню довгострокових стосунків із покупцями-клієнтами;
- відсутність ефективно організованих гуртових ринків та біржової торгівлі;
- обмежений доступ до конкурентних пропозицій щодо постачання продукції та нерозвинена інфраструктура.

Цілі функціонування агропромислового підприємства повинні ув'язуватися з виконанням комплексу функцій маркетингу, сутність яких полягає в наступному [5]:

- по-перше, орієнтація на ринок збуту, що вимагає вивчення його об'єктів і суб'єктів, в якості яких виступають споживачі, конкуренти, відомості про кон'юнктуру ринку і товарів;
- по-друге, вплив на ринок шляхом його моніторингу та аналізу, пристосування до ринкових умов;
- по-третє, організація системи збуту конкурентної продукції, збору і обробки інформації;
- по-четверте, орієнтація на досягнення довгострокового комерційного успіху, що припускає підпорядкованість короткострокових інтересів цілям довгострокового стратегічного управління, направлено на отримання стабільних переваг на ринку.

Маркетинг як елемент системи менеджменту дає змогу ефективно пристосовувати виробництво до умов зовнішнього середовища та вимог споживачів. Для того щоб використовувати маркетинг як надійний інструмент досягнення відповідної позиції на ринку, треба оволодіти його методологією та вміти творчо застосовувати її до конкретної ситуації [6, с. 23].

Управлінські рішення в області маркетингу стають сьогодні однією з найбільш важливих складових управлінської діяльності. Ці рішення істотно впливають на функціонування аграрних підприємств, тому потрібно розглянути шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю [7, с. 129].

Основним елементом у системі управління маркетингом є безпосередньо служба маркетингу на підприємстві.

У переважній більшості аграрних підприємств організаційна структура не відповідає принципам маркетингу, що виявляється у складності внутрішньої взаємодії служб і структурних підрозділів, обмеженості маркетингових інструментів для аналізу ринку, неефективному управлінні.

Узагальнення результатів упровадження маркетингово-орієнтованої організаційної структури аграрними підприємствами дає підстави стверджувати, що вона оптимізує зв'язки між службами і структурними підрозділами підприємства, дозволяє уникати дублювання функцій і протиріч між ними та застосовувати маркетингові інструменти вивчення ринку.

На сьогоднішній день аграрні підприємства мають певні проблеми з каналами збуту продукції, контролем стану ринку та реалізації продукції за низькими цінами, нижче ринкових, а окремих працівників, які б займалися даним питанням, немає. Тому пропонується створення маркетингово-орієнтованої організаційної структури підприємства, яка ставить підвищені вимоги до рівня виконання обов'язків та професіоналізму працівників-маркетологів.

У сучасних ринкових умовах створення служби маркетингу на підприємствах є необхідною і важливою складовою успіху.

Відділ маркетингу повинен стати основною ланкою, що виконує збір ринкової інформації щодо товарної продукції підприємства, її аналіз, визначення видів, обсягів і термінів постачання продукції, виявлення купівельних потреб, можливостей обсягів реалізації і передбачуваних цін, вибір каналів реалізації, дотримання стандартів якості і нормативно-правових положень, здійснення торговельно-збутової діяльності, координацію діяльності виробничих структур.



Рис. 2. Структура проектного відділу маркетингу

Організація маркетингу на підприємстві передбачає: побудову та вдосконалення структури управління маркетингом; підбір фахівців із маркетингу належної кваліфікації; розподіл завдань, прав та відповідальності серед працівників маркетингових служб; створення належних умов для ефективної роботи маркетингового персоналу; забезпечення ефективної взаємодії маркетингових та інших служб.

Особливу увагу при створенні служби маркетингу на підприємстві необхідно приділити проведенню маркетингових досліджень та аналітичній роботі. Найявні недоліки у тенденції формування цін реалізації, а отже, прибутку сільськогосподарських підприємств, які значною мірою зумовлені відсутністю

у їх менеджерів інформації як про поточну, так і про перспективну кон'юнктуру на ринку аграрної продукції. Саме тому маркетингові дослідження є вкрай актуальними для аграрних підприємств.

Ефективність управління маркетинговою системою підприємства залежить від її інформаційного забезпечення, яке включає інформаційні потреби, збір інформації, її аналіз і обробку, а також використання отриманих результатів. У сучасному маркетингу рецептом ефективного управління, на думку зарубіжних маркетологів, є 90% інформації та 10% натхнення (інтуїції) [3]. Тому важливою умовою функціонування системи маркетингу є створення єдиного інформаційного простору на базі комп'ютерних та інших мереж. Підключення до маркетингової інформаційної мережі повинно гарантувати користувачу одержання ринкової інформації як по регіону (у розрізі господарств і центрів), так і по Україні в цілому, забезпечувати обробку, аналіз, систематизацію і передачу необхідних повідомлень по каналах різних рівнів.

З метою повноцінного забезпечення підприємств маркетинговою інформацією доцільно створити на рівні державного управління єдину систему управління інформаційним забезпеченням маркетингу, яка б охоплювала як регіони, так і галузі економіки, включала процес і методи збору, накопичення, збереження маркетингової інформації у єдиному банку даних та методи її отримання підприємствами з цього банку.

Особливу увагу доцільно приділити управлінню взаємовідносин із покупцями (CRM), оскільки цей спосіб вимагає менших витрат порівняно з іншими інструментами маркетингу, але є ефективним.

Успішна діяльність підприємства залежить від гнучкості системи управління.

Висновки. На сучасному етапі господарювання в підприємствах агропромислового комплексу маркетингова діяльність не отримала широкого розповсюдження. Це пов'язано насамперед із відсутністю кваліфікованих фахівців-маркетологів і єдиного інформаційного простору, нерозвиненістю мережі дорадництва та маркетингової інфраструктури, низьким рівнем знань керівників і фахівців у галузі маркетингу, а також циклічністю економічного розвитку.

З метою активізації функцій і вдосконалення внутрігосподарських відносин доцільно чітко розподілити і організувати служби та відділи підприємства за двома напрямками – виробничим й обслуговуючим, а відділ маркетингу забезпечить необхідні умови для нормального функціонування основних підрозділів.

Створення сільськогосподарськими підприємствами відділів маркетингу зможе забезпечити посилення конкурентних переваг та конкурентоспроможності на ринку, відповідне позиціонування.

Для підвищення ефективності використання маркетингової системи передбачають: уведення в положення про відділ маркетингу і про посадові інструкції співробітників відділу деталізованих функціональних обов'язків фахівців; підвищення кваліфікації працівників відділу маркетингу за напрямками застосування новітніх маркетингових технологій; включення в автоматизовану систему бюджетування маркетингового відділу блоків розрахунку, аналізу і планування діяльності підприємства.

Ефективно діюча система управління маркетингом зможе забезпечити довгостроковий прибуток та стабільне положення підприємств на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артимонова І.В. Засади та напрями впровадження сучасної концепції маркетингу у практичну діяльність аграрних товаровиробників / І.В. Артимонова // Вісник Білоцерківського державного аграрного університету. – Біла Церква, 2009. – Вип. 63. – С. 136–140.
2. Воронецька І.С. Особливості функціонування маркетингу в агропромисловому виробництві / І.С. Воронецька // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2011. – № 2(53). – Т. 3. – С. 93–98.
3. Гогуля О.П. Формування системи управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств / О.П. Гогуля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elibrary.nubip.edu.ua/>.
4. Гордієнко К.Д. Аграрний маркетинг / К.Д. Гордієнко. – К.: КНТ, 2007. – 375 с.
5. Гречаник Н.Ю. Особливості організації маркетингу в сільськогосподарських господарствах / Н.Ю. Гречаник // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2008. – № 7. – С. 146–150.
6. Дубодєлова А.В. Алгоритм процесу вдосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві / А.В. Дубодєлов. – Львів: Львівська політехніка. – С. 23–27.
7. Туболець К.Г. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств / К.Г. Туболець // Державне управління. – 2012. – Вип. 174. – Т. 186. – С. 129–132.

УДК 338.124.3:015

Баюра В.І.

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

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ЯК ВНУТРІШНЯ СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття присвячена оптимізації оцінки ефективності сегментування ринку й адаптації до нього системи збуту продукції. Визначено сутнісні характеристики процесу сегментації ринку. Узагальнено теоретико-методологічні засади сегментації як методології впливу на попит і потенційний обсяг збуту через мотиви учасників ринку та їх купівельну спроможність. Уточнено методологічні засади проведення сегментації ринку за значущими для себе ознаками. Визначено напрями аналізу ринку для сегментації ринкового середовища.

Ключові слова: цільовий ринок, сегментація, реальний і потенційний споживач.

Баюра В.И. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КАК ВНУТРЕННЯЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена оптимизации оценки эффективности сегментирования рынка и адаптации к нему системы сбыта продукции. Определены существенные характеристики процесса сегментации рынка. Обобщены теоретико-методологические основы сегментации как методологии влияния на спрос и потенциальный объем сбыта через мотивы участников рынка и их покупательную способность. Уточнены методологические основы проведения сегментации рынка по значимым для себя признакам. Определены направления анализа рынка для сегментации рыночной среды.

Ключевые слова: целевой рынок, сегментация, реальный и потенциальный потребитель.

Bayura V.I. MARKET SEGMENTATION AS AN INTRINSIC COMPONENT OF MARKETING ACTIVITY

The article is devoted to optimization of the evaluation of the effectiveness of market segmentation and adaptation of marketing. Determined the essential characteristics of the process of market segmentation. Summarizes the theoretical and methodological foundations of segmentation as a methodology for impact on the demand and the potential volume of sales through the motives of market participants and their purchasing power. Refined methodological basis of market segmentation for meaningful for themselves features. The directions of the market analysis for the segmentation of the market environment.

Keywords: target market, segmentation, real and potential consumers.

Постановка проблеми. Маркетингова діяльність передбачає аналіз ринку, що включає дослідження його структури з метою виявлення неохоплених сегментів і пошуку нових ринкових можливостей. Основною метою аналізу ринку є надання інформації для підтвердження стійкості попиту на товар, що пропонується і може бути реалізований в умовах жорсткої конкуренції. Зважаючи на різноманітність варіантів аналізу ринку з різною кількістю етапів і їх змістом, вибір оптимального варто здійснювати виходячи із специфіки задач, що ставить перед собою аналітик, а також особливостей попиту і конкуренції на конкретному ринку. Це потребує уточнення методології сегментування з оптимізацією оцінки ефективності сегментації ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі розгляду питання сегментації ринку присвячена значна кількість робіт. Різноманітність публікацій, застосування в них різного понятійного апарату, методів дослідження свідчить про складність

даного питання, яке розглядали такі дослідники, як А.А. Алексєєв, Л.А. Брагіна, В.В. Гамова, Є.П. Голубков, А. Дайан, В.Г. Карпов, А. Коротков, А.Г. Костерин, Ф. Котлер, І.В. Крилов, Н.Є. Ніколайчук, В.Є. Новаторов, Є.В. Попов, А.П. Тяпухін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є узагальнення теоретико-методологічних засад оптимізації маркетингової діяльності, що включає аналіз і сегментацію ринку.

Виклад основного матеріалу. Результатом маркетингового аналізу ринку є його сегментація з виділенням цільових ринків, розробкою для них комплексів маркетингу і маркетингових стратегій. Сегментувати ринок варто таким чином, щоб забезпечити, з одного боку, близькість до споживача, а з другого – його поінформованість про можливість забезпечення. Правильна сегментація ринку і раціональний вибір сегмента є абсолютно необхідною умовою ринкового успіху для будь-якого підприємства з багатьох причин, а саме: при поступовому перетво-

ренні ринку продавця на ринок споживача підприємство повинне відмовитися від усередненого товару і перейти до випуску продукції, чітко орієнтованої на вимоги певних груп споживачів; сегментація є високоєфективним засобом конкурентної боротьби на будь-якому ринку; перехід підприємства на новий, ще ніким не освоєний сегмент, є ефективним способом позбавлення (хоча б тимчасового) від конкурентів; обґрунтована сегментація дає змогу будувати розумну науково-технічну стратегію, оскільки вона буде пов'язана з перспективами і потребами чітко визначених груп споживачів; правильний вибір необхідних сегментів є основою для раціонального маркетингу підприємства в цілому, від вивчення споживача до ефективного збуту і дієвої реклами.

Отже, сегментація є стратегією, що використовується для концентрації товарів на цільовому ринку й оптимізації їх використання, і водночас це етап аналізу ринку для кращого врахування його особливостей. При цьому варто враховувати, що ознаки сегментації ринку – це виділені особливості поведінки споживача, згідно яких судять, чи даний ринок піддається сегментації, а оціночні показники сегментації ринку – це критерії, за якими з учасників ринку виділяють цільові аудиторії. Ознак і критеріїв буває багато, але в основі перших лежить наявність дисбалансу попиту на ринку, а другі орієнтовані на потреби потенційних споживачів.

Сегментація ринку розглядається як методологія маркетингу, за допомогою якої підприємство розподіляє ринок за значущими для себе ознаками на сегменти, що являють собою відокремлені цільові аудиторії. Ефективно виконана сегментація спрощує і здешевлює маркетингову політику, дозволяє відмовитися від багатьох витратних методів просування товару. Адже споживач розраховує на задоволення своїх потреб, а не на рекламу продукції чи на знижки на неї. Тому пропозиція товарів, що краще задовольняють потреби цільової аудиторії за властивостями, якістю, обслуговуванням тощо, дає більший ефект і зводить до мінімуму витрати на знижки і рекламу.

Оскільки сегментування ринку покликане виявляти незадоволені потреби споживачів і своєчасно пропонувати товар цільовим групам, то одним з вирішальних факторів, що впливають на рішення про купівлю, буде територіальний, а не ціновий чи який інший. Тобто, якщо не створити розширену мережу постачання, то всі інші інструменти маркетингу будуть недієвими [7].

Для проведення сегментації ринку доцільно дотримуватися наступних п'яти принципів: принципу різниці між сегментами, тобто в результаті проведення сегментації мають бути отримані відмінні одна від одної групи споживачів, інакше цільовий маркетинг перетвориться на масовий; принципу подібності споживачів у сегменті, що передбачає однорідність ставлення потенційних покупців до конкретного товару, яка необхідна для того, щоб можна було розробити відповідний маркетинговий план для всього цільового сегмента; принципу великого розміру сегмента, тобто цільові сегменти мають бути досить великими для забезпечення продажу і покриття витрат підприємства (при оцінюванні розміру сегмента варто враховувати характер запропонованого товару та місткість потенційного ринку); принципу вимірності характеристик споживачів, що необхідно для цілеспрямованих польових маркетингових досліджень, у результаті яких можна виявляти потреби потенційних покупців, а також вивчати реакцію цільового ринку на маркетингові дії підприємства, оскільки

поширення товару без зворотного зв'язку від споживачів призводить до розпилення засобів, трудових та інтелектуальних ресурсів підприємства-продавця; принципу досяжності споживачів, що означає наявність каналів комунікації підприємства-продавця з потенційними споживачами (газети, журнали, радіо, телебачення, засоби зовнішньої реклами тощо), що необхідно для організації акцій просування конкретного товару.

В основі процедури сегментації ринку, нарівні із застосуванням принципів сегментації, лежить і обґрунтований вибір відповідного методу сегментації. Найпоширенішими методами сегментації ринку є метод угруповань за однією або декількома ознаками і методи багатомірного статистичного аналізу. Метод угруповань використовує послідовний розподіл сукупності об'єктів на групи за найбільш значущими ознаками. Одна з них обирається за критерій (власник товару, потенційний споживач тощо), потім формуються підгрупи, в яких значимість цього критерію значно вища ніж по всій сукупності потенційних споживачів даного товару. Шляхом послідовних розподілів на дві частини вибірка ділиться на ряд підгруп. Методи автоматичної класифікації, або кластерного аналізу використовуються, коли поділ відбувається за комплексом аналізованих ознак одночасно. В один клас об'єднуються споживачі, подібні між собою за декількома ознаками. Ступінь подібності у споживачів, що належать до одного класу, має бути вищим за ступінь подібності у споживачів, що належать до різних класів. Наприклад, сегментація ринку шляхом поділу споживачів на типологічні групи, що мають однакову або схожу споживачську поведінку. Побудова типології – це процес поділу досліджуваної сукупності об'єктів на досить однорідні і стійкі у часі та просторі групи, які об'єктивно існують. З допомогою методів багатомірної статистики такі групи виокремлюються і аналізуються [6].

Після визначення критеріїв, принципів і методів сегментації важливим етапом сегментації ринку є вибір цільового ринку, або макросегментація. Цільовий ринок – це потенційний ринок підприємства, що визначається сукупністю суб'єктів зі схожими потребами щодо конкретного товару або послуги, достатніми ресурсами, а також готовністю і можливістю купувати.

Реалізація стратегії сегментації ринку має починатися з визначення місії підприємства, що описує його роль і головну функцію у перспективі, орієнтованої на споживача.

Звідси виникає поняття цільового ринку підприємства, що являє собою значну групу споживачів зі схожими потребами і мотиваційними характеристиками, що створюють для підприємства сприятливі маркетингові можливості [5].

Цільовий ринок підприємства може бути визначений у трьох вимірах: технологічному, що описує інформаційні технології, здатні задовольнити потреби на ринку; функціональному, що описує функції, які повинні бути задоволені на даному ринку; споживчому, що обумовлює групи споживачів, які можуть бути задоволені на даному ринку. Використовуючи даний підхід, можна провести розмежування між трьома різними структурами: ринком однієї технології (галуззю), ринком однієї функції (технологічним ринком) і товарним ринком.

Галузь визначається технологією незалежно від пов'язаних з нею функцій або груп споживачів. Поняття галузі є найбільш традиційним, але воно є найменш прийнятним, оскільки орієнтоване на

пропозицію, а не на попит. Отже, подібна категорія доречна за умови високої однорідності розглянутих функцій і груп споживачів.

Ринок технологій охоплює сукупність технологій для виконання однієї функції і для однієї групи споживачів. Це поняття близьке до концепції базової потреби і підкреслює взаємозамінність різних технологій для однієї функції. Звернення до ринку технологій особливо важливе для вибору напрямів досліджень і розробок.

Товарний ринок знаходиться на перетині групи споживачів і набору функцій, заснованих на конкретній технології. Він відповідає поняттю стратегічної бізнес-одиниці, реальностям попиту і пропозиції.

Але основне правило сегментування полягає в тому, що сегментувати потрібно не споживачів, а їх підкріплені платоспроможним попитом потреби. Сегментація ринку виконується задля виявлення цільових ринків, що потребують розробки спеціальних стратегій товароруху, ексклюзивної інфраструктури і стимулювання збуту. При проведенні сегментації варто враховувати, що ринкове середовище складає сукупність таких складових: споживачі, постачальники, посередники і конкуренти, які здійснюють певний вплив на збут товарів. Водночас усі вони самі можуть бути просегментовані, тому аналіз ринку доцільно здійснювати одразу за чотирма напрямками.

Споживачі виступають носіями незадоволеного платоспроможного попиту. Сегмент споживчого ринку складають споживачі, які мають схожі переваги при виборі товарів і схоже реагують на заходи з формування попиту. Передбачається, що це потенційні покупці, які мають схожі потреби в товарах, що пропонується. Хоча варіантів сегментації споживчого ринку може бути не менше, ніж критеріїв для виділення стійких груп споживачів, але основним є відношення потенційних споживачів до товару, що пропонується. Тобто не є важливим, якими характеристиками володіють потенційні споживачі, а важливішим є те, як вони відносяться до товару. Вибір на користь товару, що пропонується, відбудеться за умови відповідності індивідуальним запитам кожного споживача, а незадоволені споживачі і складають неохоплені сегменти ринку.

Постачальники є джерелом економічної діяльності на ринку. Вони визначають базову складову маркетингової діяльності – витрати. На них маркетингова діяльність розповсюджується точно так, як і на всіх інших учасників маркетингового середовища підприємства. Тут можливі наступні варіанти: отримання додаткового прибутку за рахунок збільшення обсягів продажу товару, або за рахунок економії на сукупних витратах. Основними критеріями сегментації постачальників є: розподіл на тих, з ким підприємство вимушене взаємодіяти і тих, хто вимушений взаємодіяти з підприємством; розподіл за умовами поставок в залежності від дальності, строківості контрактів, розмірів поставок, обслуговування тощо, тобто логістичний критерій.

Посередники виступають партнерами у спільному просуванні товару на ринок. Вони за винагороду виконують функції з просування товару на ринок, які підприємство не в змозі чи виходячи з економічної доцільності не хоче виконувати самостійно. Сегмент ринку посередників – це канал збуту продукції, привабливість якого визначається пропускнуною спроможністю і ступенем охоплення споживачів. Звідси процес сегментування, який нагадує розглянутий вище для постачальників: розподіл посередників на тих, з ким підприємство вимушене взаємодіяти

і тих, хто вимушений взаємодіяти з підприємством; розподіл згідно пропускнуною спроможності залежно від реальних чи потенційних показників збуту; розподіл згідно з охопленням ринку залежно від частки ринку, що займає кожний із посередників. Хоча можна застосовувати і специфічні критерії сегментації посередників – за рівнем послуг, досвідом роботи на ринку, умовами оплати тощо, головним є правильне визначення об'єктивних факторів, що визначають поведінку споживачів, пропозиція умов співробітництва, максимально вигідних для обох сторін.

Конкуренти є зовнішньою альтернативою для споживчого попиту. Вони характеризують ринок збуту товару, чия конкурентоспроможність напряму пов'язана з життєвими циклами товару і ринку. Їх діяльність є показником втрачених ринкових можливостей підприємства. Сегментація конкурентів через аналіз ринкових можливостей включає: розподіл ринкових можливостей на такі, що вже освоєні і такі, що не освоєні ніким. Так, виведення на ринок товару з якісно новими властивостями автоматично формує під нього новий ринок за рахунок скорочення ринку конкурентів, що вже є і потенційними споживачами їхніх товарів. Наступним кроком є розподіл ринкових можливостей, що вже освоєні за ступенем їх освоєності, тобто за використанням власних конкурентних переваг щодо аналогічних параметрів, діючих на ринку конкурентів. Останнім кроком є виділення корисного досвіду ринкової діяльності конкурентів. Тут корисним є виділення лідера ринку, успішний досвід якого варто узагальнити, проаналізувати і використати для подальшої роботи.

Розмір цільового ринку, зайнятого в результаті сегментації, є найважливішим показником маркетингової діяльності. Оцінка ефективності сегментування ринку й адаптації до нього системи збуту продукції здійснюється шляхом аналізу структури продажів.

Якщо просування відбувається на одному цільовому ринку, то аналіз структури продажів виконується за сегментами. Ефективність сегментації буде низькою, якщо обсяги продажу товару на цільовому ринку не відповідають очікуванням. Це означає, що сегментування проведено неефективно і варто коригувати маркетингову політику. Якщо планові показники досягнуті і навіть перевершені, то це свідчить, що сегменти ринку визначені правильно.

Якщо відбувається вихід зі значним асортиментом товарів на новий ринок, здійснюється загальний аналіз структури продажу. Ефективність сегментування буде низькою, якщо структура продажу на всьому ринку не відповідає очікуванням. Це свідчить про невірну визначену сміть цільових ринків чи невірну визначені сегменти ринку.

Висновки. Аналіз ринку і його сегментація покликані визначити методи впливу на попит і потенційний обсяг збуту через мотиви учасників ринку та їхню купівельну спроможність. Якщо отримані висновки не підтверджуються структурою продажу, це свідчить про невірність висновків. Аналіз і сегментація ринку є базовою частиною маркетингової діяльності, її внутрішньою складовою, не менш важливою, ніж безпосереднє просування товару. Без уміння самостійно аналізувати ринкові можливості і сегментувати ринки застосування комплексу маркетингу є недієвим.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Брагіна Л.А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация / Л.А. Брагіна. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 560 с.

2. Гамова В.В. Організація комерційної діяльності / В.В. Гамова. – Владивосток, 2005. – 468 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 1. – С. 122-124.
4. Коротков А. Сегментация за важливостю властивостей продукту / А. Коротков // Маркетинг. – 2010. – № 5(54). – С. 20-24.
5. Костерин А.Г. Практика сегментирования рынка / А.Г. Костерин. – СПб.: Питер, 2002. – 288 с.
6. Попов С.В. Сегментация рынка / С.В. Попов // Маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 29-34.
7. Тяпухин А.П. Сегментирование рынка по экономико-географическому принципу / А.П. Тяпухин // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1998. – № 3. – С. 16.

УДК 65.011.3:65.012.34(045)

Берегова Т.А.

*аспірант кафедри економіки промисловості
Одеської національної академії харчових технологій*

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СТАНУ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

У статті розглянуто багатоаспектність побудови поняття «ризик», визначено поняття «комерційний ризик». Виявлено основні причини виникнення комерційних ризиків. Розглянуто систему управління комерційними ризиками. Особливу увагу приділено методам управління комерційними ризиками на вітчизняних м'ясопереробних підприємствах України.

Ключові слова: ризик, комерційний ризик, методи управління комерційними ризиками, м'ясопереробні підприємства, економічна безпека.

Береговая Т.А. УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИМИ РИСКАМИ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СОСТОЯНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В статье рассмотрена многоаспектность построения понятия «риск», определено понятие «коммерческий риск». Вывявлены основные причины возникновения коммерческих рисков. Рассмотрена система управления коммерческими рисками. Особое внимание уделено методам управления коммерческими рисками на отечественных мясоперерабатывающих предприятиях Украины.

Ключевые слова: риск, коммерческий риск, методы управления коммерческими рисками, мясоперерабатывающего предприятия, экономическая безопасность.

Beregova T.A. THE COMMERCIAL RISKS' MANAGEMENT AT THE UKRAINIAN MEAT-PROCESSING ENTERPRISES FOR ITS ECONOMIC SECURITY

The multidimensionality of the construction the concept of «risk» is considered, the concept of «commercial risk» is defined in the article. The basic causes of the commercial risks are detected. The commercial risks' management is considered. The particular attention is paid to the commercial risks' management methods in the Ukrainian domestic meat processing enterprises.

Keywords: risk, commercial risk, commercial risks' management methods, meat-processing enterprises, economic security

Постановка проблеми. В умовах загострення невідповідності та швидкої змінюваності ринкових умов функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання м'ясопереробної галузі особливу увагу привертає питання щодо ефективного управління комерційними ризиками в реальному режимі часу, які є характерною рисою усіх аспектів діяльності підприємства.

Впровадження попереджувальних заходів та оцінка їх можливого впливу на підприємство є необхідною умовою для забезпечення рівня його економічної безпеки, яка має прямий причинно-наслідковий зв'язок з розвитком підприємства, та досягнення ефективного розвитку діяльності шляхом розробки ефективного механізму ризик-менеджменту з використанням математичного інструментарію їх оцінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Певний внесок у дослідження проблем, пов'язаних з ризиками та їх управлінням, зробили вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: Р.К. Аюпов, В.В. Вітлінський, Я.Д. Вишняков, Т.В. Головач, П.Г. Грабовий, А.П. Градов, Л.І. Донець, Т.О. Загорна, С.М. Ілляшенко, В.Л. Кльоба, В.В. Коваленко, Н.Г. Пленнова, В.Л. Шемякін. Питання факторів впливу та використання відповідних інструментів ризик-менеджменту досліджуються у працях: О.В. Васю-

ренка, В.І. Грушко, А.Я. Кузнецової, А.М. Мороза, А.А. Пересади, Л.О. Примостки, Б.І. Пшика, С.К. Реверчука, М.І. Савлука.

Варто зазначити, що управління ризиками залишається ще недостатньо вивченою сферою управлінської діяльності, про що свідчать певні ускладнення в механізмі управління ними. Це обумовлено як появою багатьох нових чинників впливу на суб'єкт господарювання, так і трансформацією сутності поняття «ризик». У зв'язку з цим для вітчизняних м'ясопереробних підприємств постає проблема вибору адекватних методів управління комерційними ризиками для забезпечення їх ефективного функціонування та досягнення стабільного рівня економічної безпеки.

Постановка завдання. Мета статті полягає в теоретичному осмисленні поняття «ризик», визначенні поняття «комерційний ризик», розгляді основних причин виникнення комерційних ризиків та в розробці практичних рекомендацій щодо вибору адекватного методу управління ризиками на м'ясопереробних підприємствах, враховуючи особливості сучасного економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі завдяки багатоаспектній побудові поняття «ризик», трактування його змісту,

властивостей, рис та елементів немає певної однозначності [15, с. 74].

Широке тлумачення терміну «ризикувати» можна знайти у словнику В. Даля: «діяти на удачу, йти на непевну справу, наважитися, йти навмання, робити щось без вірного розрахунку, наражатися на випадковість» [10].

У теорії управління під ризиком розуміють не безпосередньо небезпеку, а певний рівень ентропії (величини, що характеризує міру невизначеності системи, міру невизначеності стану або поведінки системи у відповідних умовах, з якою можна спрогнозувати результат) [16].

Розглянемо декілька визначень поняття «ризику», які були наведені вітчизняними науковцями (див. табл. 1).

У працях відомих зарубіжних науковців поняття «ризику» також має декілька аспектів щодо змісту його розуміння. Так, А.Х. Уїллетт стверджував, що ризик – це об'єктивне явище, що корелює із суб'єктивною невизначеністю настання небажаної події [19]. Й. Пфєффер (J. Pfeffer) визначив відношення між ризиком і невизначеністю таким чином: «Ризик... являє собою комбінацію декількох видів азарту, він вимірюється ймовірністю; невизначеність вимірюється рівнем віри. Ризик – це стан світу; невизначеність – стан уяви» [18].

У Міжнародному стандарті ISO 31000:2009 «Ризик менеджмент – принципи та керівництва» зазначено, що ризик – це вплив невизначеності на цілі, при цьому вплив розглядається як відхилення з негативними чи позитивними наслідками від того, що очікувалося, а цілі можуть мати як різні аспекти (у т. ч. фінансові), так і відноситися до різних рівнів [3, с. 8].

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про об'єкти підвищеної небезпеки» «ризику – це ступінь імовірності певної негативної події, яка може відбутися в певний час або за певних обставин на території об'єкта підвищеної небезпеки і/або за його межами». Також у законі висвітлено, що управління ризиком – це процес прийняття рішень, а також здійснення певних заходів, що спрямовані на забезпечення мінімально можливого ризику [1, с. 1]. У Законі України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» «ризику – це кількісна міра небезпеки, що враховує ймовірність виникнення нега-

тивних наслідків від здійснення господарської діяльності та можливий розмір втрат від них» [2, с. 1].

Згідно із проведеним аналізом сутності поняття «ризику», можна стверджувати про відсутність серед науковців загальновизнаного трактування цього поняття. Погляди науковців відрізняються з приводу того, чи ризик є ймовірністю чи об'єктивною реальністю, та при визначенні можливих наслідків ризику, який несе як позитивний, так і негативний результат.

Незважаючи на складність умов виживання вітчизняних підприємств м'ясопереробної галузі в сучасному мінливому зовнішньому середовищі, необхідно не уникати можливого ризику, а вміти правильно оцінювати його ступінь небезпеки та безпосередньо управляти ним з метою його обмеження. Оскільки, навіть незначне уникнення або мінімізація ризиків знижує ефективність діяльності підприємства, що, у свою чергу, веде до значних додаткових витрат та довгострокових несприятливих наслідків.

Одним із важливих видів ризиків для суб'єктів господарювання є комерційний ризик, що виникає в процесі реалізації товарів і послуг, виготовлених або придбаних підприємцем. До основних причин виникнення комерційного ризику можна віднести такі:

- підвищення закупівельної ціни товару в процесі здійснення господарської діяльності;
- раптове обмеження в обсягах закупівель порівняно з запланованими, що в свою чергу веде до зменшення масштабу усієї операції і збільшує витрати на одиницю обсягу реалізованого товару;
- зниження обсягів реалізації в результаті падіння попиту на товар, реалізований підприємством;
- витиснення товарної продукції підприємства конкуруючими товарами;
- втрати якості товару в процесі транспортування та зберігання, що призводить до зниження його ціни;
- підвищення витрат обертання товару в зв'язку з непередбачуваними відрахуваннями та виплатами штрафів, що знижує фінансовий результат підприємства тощо.

Управління комерційними ризиками на м'ясопереробних підприємствах представляє собою систему заходів підприємств щодо зниження можливих наслідків ризиків, пов'язаних з реалізацією товару на ринку, його транспортуванням, платоспроможністю споживача та форс-мажорними обставинами.

Таблиця 1

Визначення поняття «ризику» в наукових працях вітчизняних економістів*

Джерела	Визначення ризику
І.О. Волков, В.К. Сакляренко «Економіка фірми»	Ризик розглядається як «ймовірність виникнення втрат або зниження доходів в порівнянні з допустимим варіантом» [5, с. 174].
В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко «Ризикологія в економіці та підприємстві»	Ризик – ситуація, коли мають місце невизначеність, конфлікт, наявна багатоваріантність, і коли одночасно не всі альтернативні варіанти однаковою мірою сприятливі [4, с. 126]
І.Ю. Івченко «Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій»	Ризик – це ймовірність виникнення збитків чи недоотримання доходів порівняно з прогнозованим варіантом [6, с. 18].
А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк «Фінансово-економічний словник»	Ризик – усвідомлення можливості небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей у зв'язку з випадковими змінами умов економічної діяльності, несприятливими обставинами [11, с. 43]
В.В. Лук'янова, Т.В. Головач «Економічний ризик»	Ризик – об'єктивно-суб'єктивна категорія, пов'язана з подоланням невизначеності, випадковості, конфліктності в ситуації неминучого вибору, що відображає ступінь досягнення суб'єктом очікуваного результату [7, с. 54]
І.І. Сахарцева, О.В. Шляга «Ризики економічної діагностики підприємства»	Ризик – об'єктивна реальність, яку необхідно враховувати під час планування діяльності в майбутньому [8, с. 41]
А.В. Шегда, М.В. Голованенко «Ризики в підприємстві: оцінювання та управління»	Ризик в економічному розумінні передбачає втрати (збитки), імовірність котрих пов'язана з наявністю невизначеності (браку або недостовірності інформації), а також зиск і прибуток, отримати які можливо лише завдяки діям, пов'язаним з ризиком [9, с. 65]

*Розроблено автором на основі літературних джерел [4-9; 11]

Таблиця 2

Матриця вибору типу методів управління комерційними ризиками агропромислових підприємств

Рівень очікуваних втрат операційного прибутку	Імовірність втрат операційного прибутку				
	Рівень очікуваних втрат операційного прибутку	Втрати малоімовірні (невисока ймовірність)	Втрати ймовірні	Висока ймовірність	Втрати майже неминучі (надзвичайно висока ймовірність)
Мінімальний	Прийняття ризику			Прийняття; компенсація ризику	
Низький	Прийняття ризику		Компенсація ризику		
Середній	Прийняття ризику	Компенсація; дисипація ризику			Компенсація; ухилення від ризику
Високий	Компенсація ризику	Компенсація; дисипація ризику	Локалізація; дисипація ризику		Локалізація; ухилення від ризику
Критичний	Компенсація ризику	Компенсація; дисипація ризику	Дисипація ризику	Ухилення від ризику	

Система управління комерційними ризиками на підприємстві складається з п'яти блоків:

Блок 1 – блок системи управління комерційними ризиками підприємства визначає мету управління ризиками (попередження банкрутства підприємства, забезпечення прибуткової діяльності при найменших втратах, формування дієвої системи управління ризиками для забезпечення економічної безпеки та стабільного розвитку підприємства в нестабільних кризових умовах).

Блок 2 – блок визначення комерційних ризиків, наявних в діяльності підприємства (ідентифікація наявних комерційних ризиків, визначення чинників впливу на результати діяльності підприємства).

Блок 3 – блок побудови організаційної структури підприємства (визначення служби управління комерційними ризиками в залежності від розміру підприємства).

Блок 4 – блок аналізу особливостей прояву кожного комерційного ризику (використання існуючої системи управлінського обліку, інформаційно-аналітичного забезпечення та обробка значного обсягу інформації для прийняття управлінського рішення).

Блок 5 – блок розробки управлінського рішення про методи управління комерційними ризиками (розробка оптимального управлінського рішення для подолання наслідків комерційних ризиків) [17, с. 3].

Враховуючи універсальність більшості методів управління комерційними ризиками, кожен із них має свої особливості в сфері застосування. Тому використання того чи іншого методу повинно бути обґрунтованим для забезпечення економічної доцільності здійснення витрат на впровадження того чи іншого методу.

Якщо враховувати розмір очікуваних втрат та ймовірність їх виникнення, можна застосувати релевантний метод управління ризиками, розглянутий у роботі В.А. Боровкової [12, с. 194], який представляє загальну двомірну матрицю з чотирьох квадрантів: «розмір можливих втрат (великі та невеликі) – ймовірність ризику (висока та невисока).

Для більшої конкретизації даного методу, запропонуємо розширити градацію рівня ризику відповідно до розробленої шкали оцінки втрат операційного прибутку та деталізувати шкалу оцінок ймовірності виникнення втрат за рахунок виділення п'яти характеристик (втрати майже неімовірні, втрати малоімовірні, втрати ймовірні, ймовірність втрат висока, втрати майже неминучі). Таким чином, модель запропонованого методу управління комерційними ризиками буде представлена у вигляді матриці формату 5×5 (табл. 2) [14, с. 58].

Розроблена двомірна матриця може бути переведена з лінгвістичних ознак рівня втрат прибутку та їх ймовірності в 5-бальну систему вимірювання для полегшення прийняття управлінських рішень (див. табл. 3) [14, с. 59].

Згідно з цією бальною шкалою можливо визначити значущість комерційного ризику з точки зору необхідності впливу на нього за допомогою індексу комерційного ризику, який розраховується за формулою:

$$I_{\text{КР}} = P_{\text{ОВ}} \times I_{\text{В}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{ОВ}}$ – рівень очікуваних втрат;

$I_{\text{В}}$ – ймовірність виникнення втрат.

Таблиця 3

Карта бальних оцінок рівня втрат операційного прибутку та ймовірності їх виникнення

Шкала балів	Рівень очікуваних втрат операційного прибутку		Імовірність втрат операційного прибутку
	у % до прибутку	Лінгвістична ознака	
1	до 10%	Мінімальний	Втрати майже неможливі
2	10...40%	Низький	Втрати малоімовірні (невисока ймовірність)
3	40...60%	Середній	Втрати ймовірні
4	60...90%	Високий	Висока ймовірність
5	> 90%	Критичний	Втрати майже неминучі

Зокрема, для розробленої бальної шкали рівня втрат і їх ймовірностей кількісні значення ІКР коливатимуться в діапазоні 1–25 балів (табл. 4).

Таблиця 4

Карта обґрунтування типу методів управління комерційними ризиками на основі індексу комерційного ризику (ІКР)

Значення ІКР	Клас комерційного ризику за необхідністю впливу	Рекомендований метод
1–4	Прийнятний (А)	Прийняття
5–10	Виправданий і припустимий (В)	Компенсація; дисипація
12–16	Припустимий, але небажаний (С)	Локалізація; дисипація; ухилення
20–25	Неприпустимий (D)	Неприпустимий (D)

Однак тип методу управління комерційними ризиками може залежати від співвідношення рівня очікуваних втрат прибутку та ймовірності їх виникнення, у такому разі вибір конкретного методу в межах рекомендованого типу залежить від характеру внутрішніх і зовнішніх чинників комерційного ризику (див. табл. 5) [14, с. 61].

Розглянуті в таблиці 5 рекомендації враховують особливості застосування методів управління комерційними ризиками в діяльності агропереробних підприємств, при цьому надаючи перевагу методам дисипації та компенсації ризиків.

Зазначимо, що комерційні ризики агропереробних підприємств найбільші, оскільки формуються як мінливістю ринкової середовища з зменшенням купівельної спроможності споживачів своєї продукції, так і природними чинниками, які мають вплив на результати сільськогосподарського виробництва, що виступає в якості постачальника сировини до наступної її переробки в готову продукцію для населення країни.

Для визначення показників оцінки ризикових втрат і резервів їх компенсації розглянемо фінансову звітність таких м'ясопереробних підприємств, як: ПАТ «Богдуський м'ясокомбінат» (БМК), ПрАТ «Лисичанський м'ясокомбінат» (ЛМК), ПАТ «Мелітопольський м'ясокомбінат» (ММК) (табл. 6) [13, с. 102].

Використовуючи звітні дані досліджуваних м'ясопереробних підприємств за 2013 рік, було проведено експертне оцінювання ймовірних ризикових

втрат і наявних резервів їх компенсації з урахуванням конкретних умов роботи підприємств у 2014 році (див. табл. 7) [13, с. 103].

Згідно з даними таблиці 7 можна стверджувати, що для першого з розглянутих підприємств сумарні резерви є недостатніми для того, щоб компенсувати можливі ризикові втрати, тоді як для інших підприємств такі резерви достатні. Щодо третього підприємства ММК, то для нього перевищення наявними резервами можливих ризикових втрат дорівнює сумі запланованого прибутку.

Варто підкреслити, що без наявної системи поточного управління комерційними ризиками на досліджуваних м'ясопереробних підприємствах було б важко підтримувати прибутковий стан протягом року, оскільки більшість з очікуваних ризиків негативно вплинула на фінансові результати їх роботи, які очікуються на рівні не більше 1% рентабель-

Таблиця 5

Зміст методів управління комерційними ризиками залежно від ризикових чинників

Чинники комерційного ризику	Тип методу управління комерційними ризиками	Рекомендований метод управління комерційними ризиками
Зовнішні		
Погіршення соціально-економічної ситуації в країні; ускладнення умов формування товарної пропозиції	Дисипація ризику	Товарна та регіональна диверсифікація; розширення засобів маркетингової підтримки реалізації товарів
Зниження платоспроможного попиту населення; ускладнення правового середовища; загострення конкуренції	Компенсація; дисипація ризику	Активний маркетинг; гнучка цінова політика; товарна та регіональна диверсифікація; стратегічне планування, прогнозування та моніторинг стану зовнішнього середовища
Внутрішні		
Низький рівень кваліфікації персоналу та обслуговування	Ухилення від ризику	Впровадження програм підготовки та навчання персоналу, систем контролю за діяльністю робітників у відповідальних ланках підприємства
Недотримання договірних умов; плинність персоналу; перевищення товарних втрат понад норм природного збитку	Ухилення від ризику; дисипація ризику	Відмова від ненадійних партнерів; страхування; лімітування; диверсифікація постачальників/перевізників; створення системи кадрового резерву; впровадження програм підготовки та мотивації персоналу; розподіл відповідальності між персоналом/постачальниками та підприємством
Нестача інформації про товарні ринки	Компенсація ризику	Прогнозування та моніторинг товарних ринків
Зростання закупівельної вартості товарів або вартості їх транспортування; уповільнення оборотності товарів; скорочення клієнтської бази	Компенсація; дисипація; локалізація ризику	Прогнозування та моніторинг зовнішнього середовища; самострахування; диверсифікація постачальників; створення власного транспортного парку; стратегічне планування; товарна та регіональна диверсифікація; активний цілеспрямований маркетинг

Таблиця 6

Дані фінансової звітності досліджуваних м'ясопереробних підприємств для оцінки ризикових втрат і резервів їх компенсації

Стаття фінансового звіту	Рядок звіту	Використання для визначення ризикових втрат і резервів їх компенсації
Чистий дохід	035	База оцінювання ризикових втрат
Собівартість продукції	040	База оцінювання резервів економії витрат
Адміністративні витрати	070	ΔЕ – резерв економії адміністративних витрат
Витрати на збут	080	ΔЕ – резерв економії витрат на збут
Фінансовий результат (прибуток)	220	Π – прямий резерв компенсації втрат в результаті всіх можливих випадків ризикових подій
Елементи операційних витрат		
Матеріальні витрати	230	ΔМ – резерв зменшення матеріальних витрат за рахунок заміни більш дешевими матеріалами та зменшення норм витрат матеріалів
Витрати на оплату праці	240	ΔЕ – резерв економії на заробітній платі працівників внаслідок підвищення продуктивності праці або її тимчасового скорочення
Відрахування на соціальні заходи	250	ΔЕ – резерв економії відрахувань на соціальні заходи пропорційно резерву за рядком 240
Амортизація	260	ΔЕ – резерв зменшення амортизаційних витрат за рахунок можливого вивільнення та продажу зайвих або недостатньо завантажених виробничих фондів
Інші операційні витрати	270	ΔЕ – резерв економії інших операційних витрат
Загальні резерви компенсації ризикових втрат		Сума рядків (070 + 080 + 220 + 230 + 240 + 250 + 260 + 270)

Таблиця 7

Оцінка ризикових втрат та резервів їх компенсації для досліджуваних м'ясопереробних підприємств (за очікуваними показниками на 2014 рік)

Показники ризикових втрат і резервів їх компенсації	М'ясопереробні підприємства		
	ПрАТ ЛМК	ПАТ ММК	ПАТ БМК
Оцінка ризикових втрат			
1. Чистий дохід (без ПДВ)	602491	210202	22371
2. Імовірні ризикові втрати від знецінення продукції (2% від р.1)	12049	4204	447
3. Імовірні ризикові втрати через зменшення збуту (3% від р.1)	18074	6306	671
4. Імовірні ризикові втрати через подорожчання сировини (3% від р. 7.1)	13105	4740	414
5. Сумарні втрати (р.2 + р.3 + р.4)	43228	15250	1532
Оцінка резервів компенсації ризикових втрат			
6. Чистий прибуток П – поточний резерв компенсації ризикових втрат	27562	11576	2398
7. Собівартість, у т.ч.	484950	182802	17250
7.1. Матеріальні витрати	436846	158012	13801
7.2. Оплата праці й відрахування на соціальні заходи	34250	19488	3100
7.3. Амортизація та інші операційні витрати	13854	5302	349
8. Здешевлення матеріальних витрат, ДМ (2–6% від р. 7.1)	9500	4800	850
9. Максимально можлива економія витрат на оплату праці й соціальні відрахування (8–12% від р. 7.2)	3200	1860	340
10. Економія на амортизації та інших операційних витратах (15–28% від р.7.3)	2000	780	100
11. Сумарні резерви компенсації ризикових втрат (р. 6+р. 8+р. 9+р. 10)	42262	19016	3688
12. Сума некомпенсованих ризикових втрат (р. 5 – р. 11)	966	-3766	-2156

ності, а для частини підприємств – на рівні 2-3% від'ємної рентабельності (збитковості).

Висновки. У результаті дослідження нами було розглянуто багатоаспектність поняття «ризик», визначено поняття «комерційний ризик», виявлені причини їх виникнення на підприємствах, а також були розглянуті типи методів управління комерційними ризиками залежно від причин їх виникнення та чинників їхнього впливу. Практичне застосування викладених пропозицій та рекомендацій з управління комерційними ризиками на м'ясопереробних підприємствах потребує підтримки в актуальному стані показників за окремими статтями витрат, собівартості кожного виду продукції та її складових хоча б у режимі щомісячної перевірки, а також оцінки та коригування.

Ключова роль у вирішенні проблем управління комерційними ризиками на підприємстві належить його керівництву, тому з його боку необхідне впровадження програми управління комерційними ризиками, що буде спрямована на розробку заходів щодо їх мінімізації, поліпшення фінансового становища, зростання масштабів господарської діяльності підприємства та досягнення економічної безпеки.

Запровадження системи поточного управління комерційними ризиками на підприємствах є реальним інструментом підтримки їх прибуткової діяльності завдяки своєчасній реакції на виникнення ризиків і негайного запровадження резервів їх компенсації.

Тому в подальших дослідженнях розгляду підлягатимуть процеси більшої деталізації, обґрунтування елементів ефективної системи управління комерційними ризиками та контроль за виконанням стратегії реалізації цієї системи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Україна. Закон. Про об'єкти підвищеної небезпеки [Текст]: Закон від 18.01.2001 р. № 2245-III. – Офіц. вид. – К.: Відомості Верховної Ради України, 2001.
- Україна. Закон. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності [Текст]: Закон від 05.04.2007 р. № 877-V. – Офіц. вид. – К.: Відомості Верховної Ради України. – 2007.
- Міжнародний стандарт ISO 31000:2009 «Ризик менеджмент – принципи і руководство» / International Organization for Standardization [Текст] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.pqmonline.com/assets/files/standards/iso_31000-2009\(r\).pdf](http://www.pqmonline.com/assets/files/standards/iso_31000-2009(r).pdf).
- Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві [Текст]: монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
- Волков О.И. Экономика фирмы [Текст]: учеб. пособ. / О.И. Волков, В.К. Сакляренко. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 280 с.
- Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій [Текст]: навч. посіб. / І.Ю. Івченко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
- Лук'янова В.В. Економічний ризик [Текст]: навч. посіб. / В.В. Лук'янова, Т.В. Головач. – К.: Академвидав, 2007. – 462 с.
- Сахарцева І.І. Ризики економічної діагностики підприємства [Текст]: навч. посіб. / І.І. Сахарцева, О.В. Шляга. – К.: Кондор, 2008. – 380 с.
- Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління [Текст]: навч. посіб. / А.В. Шегда, М.В. Голованенко. – К.: Знання, 2008. – 271 с.
- Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] / В.И. Даль. – М.: «Прогресс», «Универс», 1994.
- Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник [Текст] / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
- Боровкова В.А. Управление рисками в торговле [Текст] / В.А. Боровкова. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
- Колосова К.А. Управление комерційними ризиками виробничих підприємств [Текст] / К.А. Колосова // Економічний вісник Донбасу, 2015. – № 2(40). – С. 99-104.
- Краснокутська Н.С. Методи управління комерційними ризиками підприємств торгівлі [Текст] / Н.С. Краснокутська, В.М. Лачкова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 2(2). – С. 56-63.
- Мельникова К.В. Господарський ризик: теоретичний аспект [Текст] / К.В. Мельникова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія Економічні науки. – 2013. – Випуск 1. – С. 74-76.
- Пинская М.Р. Налоговый риск: сущность и проявления [Текст] / М.Р. Пинская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://organictheory.ru/taxplanning/taxrisk/>.
- Ремига Ю.С. Система управління комерційними ризиками в діяльності підприємства / Ю.С. Ремига // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2012. – С. 28-34.
- Pfeffer J. Insurance and Economic Theory [Text] / J. Pfeffer. – Irvin Inc. : Homewood, Illinois, 1956. – 42 p.
- Willett A. The Economic Theory of Risk Insurance [Text] / A. Willett. – University of Pennsylvania: Press. Philadelphia, 1951. – 6 p.

УДК 336:366.12

Бєлова Т.Г.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій***Крайнюченко О.Ф.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій***Гаврилова Т.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій*

ОЦІНЮВАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО УТРИМАННЯ СПОЖИВАЧІВ

Стаття присвячена розгляду проблеми утримання споживачів. Обґрунтовано етапи, за якими досліджуються можливості підприємства щодо утримання клієнтів. Доведено необхідність визначення характеристик цільових споживачів продукції підприємства. Наведено формули, за якими здійснюються розрахунок та аналіз рівня пізнаваності, придбання продукції та довіри до окремих марок. Розглянуто визначення задоволеності/незадоволеності споживачів торговою маркою. Розкрито методи розрахунку рівня утримання споживачів. Запропоновано способи утримання клієнтів підприємства.

Ключові слова: поведінка споживачів, утримання споживачів, рівень пізнаваності, рівень придбання, рівень довіри до марки, задоволеність/незадоволеність споживачів, рівень утримання споживачів, способи утримання споживачів.

Belova T.G., Krainiuchenko O.F., Gavrilova T.V. ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО УДЕРЖАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья посвящена рассмотрению проблемы удержания потребителей. Обоснованы этапы, по которым исследуются возможности предприятия по удержанию клиентов. Доказана необходимость определения характеристик целевых потребителей продукции предприятия. Приведены формулы, по которым осуществляются расчет и анализ уровня узнаваемости, приобретения продукции и доверия к отдельным маркам. Рассмотрено определение удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей торговой маркой. Раскрыты методы расчета уровня удержания потребителей. Предложены способы удержания клиентов предприятия.

Ключевые слова: поведение потребителей, удержание потребителей, уровень узнаваемости, уровень приобретения, уровень доверия к марке, удовлетворенность/неудовлетворенность потребителей, уровень удержания потребителей, способы удержания потребителей.

Belova T.G., Krainiuchenko O.F., Gavrilova T.V. EVALUATION OPPORTUNITIES THE ENTERPRISE THE RETAIN CUSTOMERS

The article deals with the problem of keeping customers. The substantiates the stages of examines the possibilities of the company for customer retention. Was proved the necessity of determining the characteristics of target consumers products company. Contains formulas on which the execute calculation and analysis of the level of awareness, the acquisition of products and trust of to individual brands. Considers the definition of satisfaction/dissatisfaction with consumers the brand. The disclosed of methods for calculating the level of retention of customers. The offered the methods of the customer retention of the enterprise.

Keywords: consumer behavior, consumer retention, the level of awareness, the level of the acquisition, level of trust in the brand, satisfaction/dissatisfaction of consumers, consumer retention rate, the methods to retain customers.

Постановка проблеми. Головна мета будь-якої сучасної компанії – це створення міцних зв'язків зі споживачами. Через неймовірну конкуренцію на будь-якому ринку товарів і послуг компанії усвідомлюють необхідність боротьби за споживачів, задоволення їхніх потреб кращими способами, ніж це роблять конкуренти. Встановлено, що витрати на залучення нових споживачів переважають ті, що використовуються на утримання існуючих прихильників продукції підприємства. Зарубіжна практика свідчить, що середня компанія щороку втрачає близько 10% своїх клієнтів. Скорочення коефіцієнта відпливу споживачів на 5% збільшує прибуток компанії на 25-85% [1]. Тому необхідно намагатися розглядати своїх клієнтів як партнерів, встановлювати та розширювати з ними взаємовідносини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами дослідження споживачів займалися багато зарубіжних та вітчизняних учених: Д. Енджел, Р. Блекуелл, Н. Бредберн, Дж. Залтман, П. Мініард, С. Садмен, П. Шварц, Є. Голубков, О. Зозульов, Є. Крикавський, С. Скибінський та ін. Їхні праці висвітлювали окремі складові процесу дослідження

поведінки споживачів. Розробка способів залучення та утримання споживачів обґрунтовувалася в працях Ф. Еджуорта, В. Парето, Е. Слуцького, Р. Аллена, Дж. Хікса, П. Джонсона, В. Сатера. Але їхні рекомендації мали загальний характер, а етапи такого дослідження не розглядалися взагалі. Тому вивчення цих питань набуває актуальності.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, які полягають у розгляді можливостей підприємства щодо утримання споживачів та розробці заходів, які б цьому сприяли.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головне завдання для бізнесу нині полягає не в тому, щоб задовольнити споживчий попит (це можуть зробити і конкуренти), а в тому, щоб мати постійних клієнтів, які будуть лояльні до продукції підприємства. Тому утримання споживачів – важлива проблема для будь-якої компанії. Більшість із них націлені на перетворення своїх покупців на довгострокових і прибуткових клієнтів. Щоб це відбулося, необхідно здійснити низку заходів щодо зменшення втрат споживачів: встановити причини, за якими вони йдуть до кон-

курентів; оцінити вплив передчасної втрати покупців на прибуток підприємства; усунути недоліки, які можуть виявитися; постійно контролювати зміни, які відбуваються в оцінюванні споживачами якості товарів та їхньому ставленні до продукції і підприємства.

Для ефективності цієї роботи необхідно розробити програму щодо утримання споживачів. Вона містить аналіз ринку, вивчення попиту споживачів, їхніх побажань тощо. Кінцевою метою є визначення коефіцієнта утримання та розробка заходів, які б сприяли збільшенню кількості постійних споживачів. Таке дослідження вимагає низки дій.

На першому етапі визначаються характеристики споживачів продукції підприємства та будується їхній профіль.

Щоб дізнатися про цільових клієнтів підприємства, необхідно скористатися методом сегментування. Метою сегментування є відбір тих груп споживачів, які налаштовані до споживання продукції підприємства та більш повного задоволення їхніх потреб. Доцільним буде здійснення сегментування споживачів за демографічною ознакою, яка передбачає групування клієнтів за віком, статтю, розміром сім'ї, етапами її життєвого циклу, рівнем доходів, родом занять, освітою, релігійним переконанням, расовою приналежністю, національністю.

З цією метою формується вибірка, складається анкета та проводиться опитування споживачів. Щоб отримати позитивні результати, необхідно правильно поставити питання. При цьому треба пам'ятати, що кількість питань не повинна бути великою, тому що споживачі обмежені в часі і не зможуть його витратити довго. Питання щодо визначення демографічних характеристик споживачів досить стандартні: «Якою діяльністю Ви займаєтесь?», «Який рівень доходу Ви маєте?», «Вкажіть, будь-ласка, Вашу стать», «Вкажіть, будь-ласка, Ваш вік», «Яку освіту Ви маєте?» тощо.

Результати опитування систематизуються, обробляються, аналізуються. На їх підставі складається «портрет» споживачів або профіль.

Після того як були визначені основні характеристики покупців продукції підприємства, потрібно дізнатися про їхні споживчі уподобання. Уподобання впливають на вибір споживачами конкретних товарів/послуг. При цьому покупець намагається досягти найбільшої вигоди щодо задоволення власних потреб, враховуючи свої фінансові можливості.

Для дослідження використовується метод опитування, складається анкета з такими питаннями: «Чи споживаєте Ви дану продукцію?», «Яку упаковку за місткістю Ви використовуєте?», «Якому виду упаковки Ви віддаєте перевагу?», «Яка з характеристик продукції є для Вас найважливішою?»

Поставивши запитання «Чи споживаєте Ви дану продукцію?», можна дізнатися, який відсоток споживачів купує і споживає продукт, а який не споживає його взагалі.

Питання «Як часто Ви купуєте дану продукцію?» ставить на меті визначити чисельність споживачів, яка купує продукт одного разу (два, три) на місяць (тиждень, квартал) або значно частіше (кожного дня, 2-3 рази на тиждень) тощо. Також за допомогою цього питання можна врахувати особливості споживання продукту (наприклад, сезонність).

Для вивчення звичного обсягу разової покупки ставилося питання «Яку упаковку за місткістю Ви використовуєте?». На ринку пропонуються різні за місткістю упаковки, які залежать від виду товару. Якщо йдеться про харчові продукти, то уподобання

споживачів щодо ємності упаковки можуть змінюватися в залежності від ситуації, в якій здійснюється купівля: продукт купується для споживання в повсякденних умовах, на пікніку, весіллі, святах тощо. І якщо для повсякденних умов упаковка може бути меншої та середньої ємності, то для якихось інших – значно більшої.

Питання «Якому виду упаковки Ви віддаєте перевагу?» дає змогу дізнатися про популярність упаковки з різних видів матеріалів: скла, пластику, металу, картону, деревини, паперу, тканини, целофану тощо. З цих видів матеріалів, у свою чергу, виготовляється різноманітна за формою упаковка: баночки, пляшки, горщики, туби, коробки, тетрапаки, бутлі, кошики, лотки, мішки. Таким чином, відповіді на це запитання дають уявлення і про вподобання споживачів щодо матеріалів, з яких виготовляється упаковка, і про види упаковки за формою.

Необхідним є вивчення важливості для споживачів окремих атрибутів продукції. Для виявлення споживчих переваг оцінюються такі властивості товару, як смак, аромат, якість, зручність і простота застосування, відповідність ціни, якості та споживчої цінності, а також престиж торгової марки, надійність постачання, після продажний сервіс, можливість вибору, наміри здійснювати покупки певної продукції в майбутньому тощо. Для цього ставиться запитання «Яка з характеристик продукції є для Вас найважливішою?». Спочатку дізнаються, які атрибути взагалі мають значення для споживачів, а потім з них вибираються важливіші.

Наступним етапом визначаються рівні пізнаваності, придбання продукції та довіри до окремих марок. Для цього необхідно поставити два відкритих запитання:

1. «Пригадайте, будь-ласка, які марки продукту Ви знаєте?»
2. «Наведіть, будь-ласка, марки продукту, які Ви купуєте найчастіше».

На основі інформації, яка була отримана після обробки відповідей на ці питання, можна визначити три показники: рівень пізнаваності, рівень придбання та рівень довіри до окремих марок.

Рівень пізнаваності визначається шляхом ділення кількості респондентів, які згадали про марку у питанні № 1, на кількість респондентів, які споживають продукт.

Рівень придбання розраховується таким чином: у чисельнику наводиться кількість респондентів, що згадали марку продукту у питанні № 2, у знаменнику – кількість респондентів, які споживають продукт.

Якщо поділити рівень пізнаваності на рівень придбання, отримаємо показник рівня довіри до марки. Усі вищезгадані показники вимірюються у відсотках.

Такий аналіз має сенс, якщо він виконувався також по конкуруючим маркам. Тоді є можливість порівняти результати досліджень, виявити маркі-лідери та скласти їхній рейтинг. Графічним шляхом можна представити ієрархію торгових марок за рівнем пізнаваності, придбання та довіри до них.

На наступному етапі визначається задоволеність/незадоволеність споживачів торговою маркою. Вважається, що це головне питання щодо можливості утримання споживачів, тому що їх збереження є більш ефективним, ніж пошук та залучення нових. До того ж незадоволені споживачі є джерелом інформації, яка може негативно вплинути на імідж підприємства.

Учені Т. Джонсон та В. Сатер розподіляють споживачів на такі види: прихильники – задоволені споживачі, які повідомляють про свій досвід іншим

потенціальним споживачам; вірнопіддані – задоволені споживачі, але такі, що не повідомляють про свій досвід іншим; перебіжчики – незадоволені споживачі, але нікому нічого не повідомляють; терористи – абсолютно незадоволені споживачі, які поширюють негативну інформацію; найманці – здебільшого задоволені споживачі, але готові на все, щоб добитися вигідних умов; заручники – задоволені чи незадоволені споживачі, але такі, які не мають іншого вибору [2].

Якщо чисельність споживачів, які потраплять до категорії «прихильники» та «вірнопіддані», буде значною, то це може розглядатися підприємством як позитивний результат.

Задоволеність/незадоволеність встановлюється за результатами оцінок респондентів, які були виставлені торговим маркам (або продукції підприємства) за 5-бальною шкалою. Середній бал задоволеності торговою маркою визначається шляхом підсумовування добутку числового значення балу задоволеності на частку споживачів, які поставили відповідний бал даній ТМ. Потім будується карта задоволеності споживачів продукцією підприємства.

Щоб побудувати карту задоволеності/незадоволеності споживачів, необхідно визначити узгодженість думок респондентів з даного питання. Рівень розкиду думок споживачів характеризується коефіцієнтом варіації. Якщо коефіцієнт варіації не перевищує значення 0,33, вважається, що думки споживачів при оцінюванні продукції були узгоджені.

Карта задоволеності містить 4 квадранти. Розподіл відповідей на питання позначається на двох осях: на одній з них фіксують середні оцінки рівня задоволення, на іншій – середньоквадратичне відхилення оцінок.

Якщо середня оцінка значень, яка віднесена до правого нижнього квадранту, вища за середню оцінку рівня задоволення, вважається, що споживачі задоволені продукцією/послугами та їхні оцінки узгоджуються між собою. У правому верхньому квадранті показники, які оцінюються, також мають високу середню оцінку, але велике середньоквадратичне відхилення вказує на те, що думки споживачів не співпадають. Цей випадок називається розподіленою задоволеністю. У верхньому лівому квадранті середня оцінка рівня задоволення нижча, а середньоквадратичне відхилення має достатньо велике значення. У цьому випадку можна говорити про розподілену незадоволеність, яка означає, що більшість споживачів незадоволені, але частина з них у меншому ступені, ніж інша. У лівому нижньому квадранті респонденти з високим рівнем узгодженості виявляють незадоволення. Ідентифікація незадоволених споживачів дає змогу пізнати причину незадоволення, скоригувати необхідні дії, щоб унеможливити перехід незадоволених споживачів до конкурентів [3, с. 355]. Таким чином, визначення міри задоволеності/незадоволеності споживачів допомагає прийняти такі рішення, які будуть сприяти утриманню споживачів та підвищенню іміджу підприємства.

Усі ці показники визначаються та аналізуються для того, щоб можна було оцінити ситуацію щодо тих клієнтів, які залишаються прихильниками продукції підприємства та будуть і надалі її купувати та споживати.

Далі визначається рівень утримання споживачів. Його необхідно знати для розуміння дій підприємства щодо споживачів та розробки відповідних стратегій.

Рівень утримання споживачів характеризується коефіцієнтом утримання клієнтів. Це показник, який дає змогу отримати уявлення про частку клієнтів підприємства, які залишаються прихильниками його продукції або здійснюють повторні покупки. Якщо коефіцієнт утримання високий, можна стверджувати про високий рівень задоволеності. Низьке значення коефіцієнта утримання свідчить про те, що рівень задоволеності клієнтів невеликий, тому треба проаналізувати причини такого явища та розробити відповідні дії.

Коефіцієнт утримання можна визначити як різницю між кількістю клієнтів на кінець періоду та кількістю нових клієнтів, придбаних за певний період, поділену на кількість клієнтів на початок періоду [4]. Можна також кількість клієнтів на початок періоду поділити на кількість тих клієнтів, які були утримані на кінець періоду [5]. У будь-якому випадку зробити це достатньо важко, тому що визначити з достатньою точністю кількість споживачів неможливо. Потрібен постійний моніторинг здійснених покупок. Для цього можна скористатися таким джерелом інформації, як бухгалтерські дані про обсяги реалізації або CRM-системи. Також вдаються до опитувань споживачів. Якщо розмір вибірки визначений вірно, результати опитування можна вважати достовірними та розробляти відповідні заходи.

Останній етап передбачає пошук відповідей, чому не всі клієнти залишаються прихильниками продукції підприємства та які дії можуть бути ефективними для утримання споживачів.

Способів утримання споживачів існує багато. Серед усіх треба вибрати такі, які в більшому ступені можуть в цьому допомогти підприємству. До них можна віднести: формування стійких та міцних взаємовідносин з клієнтами; розробка програм лояльності (дисконтні картки, бонусні бали, подарункові картки, заохочувальні призи, накопичувальні картки); застосування емоційного дизайну; створення клубів постійних клієнтів (для компаній з високим середнім чеком); впровадження прийомів освітнього маркетингу (безкоштовне вирішення проблем клієнтів за допомогою статей, відео, розсилок, вебінарів, тренінгів, складання переліку можливих питань та відповідей на них); застосування різноманітних видів реклами (популярні рекламні мережі, відеореклама, мобільна реклама, рекламні додатки), забезпечення покупцям максимальних зручностей (послуг доставки товарів додому, зручність оплати, зв'язок із службою підтримки) тощо.

Висновки. Проведений за такими етапами аналіз дасть змогу отримати усю необхідну інформацію щодо дій підприємства по утриманню своїх споживачів. Результати дослідження можна використати для розробки заходів, які дадуть змогу збільшити коефіцієнт утримання, що призведе до покращення діяльності підприємства на ринку, зміцнення його конкурентних позицій та підвищення іміджу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методи привлечения и удержания потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://reestr.by/reklama/234-privlechenia-i-yderzhanie.html>.
2. Дослідження міри задоволеності споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.acg54.ru/marketingovidoslidzhennya/doslidzhennya-povedinki-spozivachiv/428-doslidzhennya-miri-zadovolennya-spozivachiv-chastina-1.html>.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст]: учеб. / Е.П. Голубков. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Финпресс, 2008. – 496 с.



4. Как рассчитать коэффициент удержания клиентов (Customer Retention Rate) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tcblog.ru/customer-retention/>.
5. Коэффициент удержания клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chiefengineer.ru/organizaciya-proizvodstva/pokazateli-effektivnosti/koefficient-uderzhaniya-klientov/>.

УДК 330.341:338.28:658.24

Бойко І.М.
*аспірант кафедри економіки підприємств
Одеського національного політехнічного університету*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розкрито сучасний стан розвитку інноваційної діяльності підприємств в Україні. Розглянуто проблеми та умови побудови системи стратегічного управління інноваціями з технічного переозброєння промислового підприємства та проаналізовано механізм стратегічного управління процесом використання технологічних інновацій. Уточнено поняття «технічне переозброєння», «технологічний уклад» і запропоновано модель формування стратегії технічного переозброєння промислового підприємства.

Ключові слова: інновації, технічне переозброєння, промислове підприємство, механізм, стратегія, управління, система.

Бойко И.М. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕОБОРУЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье раскрыто современное состояние инновационной деятельности предприятий в Украине. Рассмотрены проблемы и условия построения системы стратегического управления инновациями по техническому перевооружению промышленного предприятия и проанализирован механизм стратегического управления процессом использования технологических инноваций. Уточнены понятия «техническое перевооружение», «технологический уклад» и предложена модель формирования стратегии технического перевооружения промышленного предприятия.

Ключевые слова: инновации, техническое перевооружение, промышленное предприятие, механизм, стратегия, управление, система.

Boyko I.M. THE FORMATION OF A STRATEGY OF TECHNICAL RE-EQUIPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article describes the current state of innovation activity in Ukraine. Deals with the problems and conditions of building strategic innovation management system for technical re-equipment of industrial enterprise and analyzed the mechanism of the strategic management process of using the technological innovation. The notion of modernization, technological way, and provides a model of technical re-equipment of industrial enterprises strategy.

Keywords: innovation, modernization, industrial enterprise, mechanism, strategy, management, system.

Постановка проблеми. Успішна діяльність будь-якого підприємства безпосередньо пов'язана з його ефективним управлінням. Найбільш доцільним видається комплексне використання методів, механізмів та інструментів стратегічного розвитку промислового підприємства на основі активного використання технологічних інновацій.

Завдяки модернізації виробництва підприємств відбувається скорочення зносу обладнання, підвищується культура виробництва, розробляються нові інноваційні технології і обладнання. Перехідний період країни вимагає радикального оновлення виробництва через технічне переозброєння і модернізацію діючих підприємств усіх галузей. У цьому зв'язку актуальності набуває проблема організаційного рішення здійснення технічного переозброєння на вітчизняних підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями з проведення технічного переозброєння на підприємстві та реалізації таких заходів присвятили свої праці вчені: І.В. Большотенко, В.А. Василенко, Л.Г. Олійник, І.М. Петрович, В.С. Пономаренко, О.М. Тимонін, В.М. Гриньова, П.А. Орлов, І.П. Отенко, Л.І. Нейкова, С.А. Курдюков, К.В. Ларіна, Н.С. Ілляшенко та ін. Проблема стратегічного управління інноваційною діяльністю промислових підприємств присвячено роботи багатьох вітчизняних вчених, зокрема, таких як В.А. Алфьоров, Л.С. Коваль, Д.І. Мухін, В.В. Стасєв, І.М. Степанов, Р.А. Фатхутдінов, Т.А. Шишкова, Ю.В. Яко-

вещ та ін., а також зарубіжних вчених, серед яких І. Ансофф, Е. Дандон, Дж. Форрестер, К. Фрімен, Й. Шумпетер, Ф. Янсен та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз публікацій із питань управління технічним переозброєнням засвідчив, що, незважаючи на увагу, яка приділяється даній проблемі, багато найважливіших питань управління повністю не вирішені. Розробка ефективної стратегії розвитку промислового підприємства на основі використання технологічних інновацій дозволяє забезпечити необхідний рівень інноваційної активності та конкурентоспроможності виробленої ними продукції.

Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці методичних рекомендацій щодо використання технологічних інновацій у системі стратегічного розвитку промислових підприємств за рахунок технічного переозброєння.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стан інноваційної діяльності в Україні більшість експертів науковців визначають як кризовий. Так, останні статистичні дані свідчать про поступове зниження інноваційної активності підприємств у галузі промисловості, яка займає одне з головних місць у національній економіці. Українські підприємства в 2014 р. витратили на технологічні інновації 7,7 млрд. грн. Про це повідомляє Державна служба статистики України (Держстат). У той же час у 2013 р. витрати на інновації склали 9,6 млрд. грн. Таким чином, українські підприємства в 2014 р.

витратили на 19,7% менше коштів на інноваційну діяльність.

Частка коштів на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення збільшилась до 66,5%, на внутрішні і зовнішні науково-дослідні розробки – зросла до 22,8% (відповідно, 15,9% і 6,9%); як і в попередні роки, досить незначна частка коштів (0,6%) витрачається на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій).

Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності залишаються власні кошти підприємств – 85,0% загального обсягу витрат (проти 72,9% у 2013 р.), фінансова підтримка держави – 4,6% (1,9%), кошти вітчизняних та іноземних інвесторів – 0,1% і 1,8% відповідно (1,3% і 1,3%); частка кредитів зросла і склала 7,3% (6,6%).

У 2014 р. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 1 609 підприємств, або 16,1% обстежених промислових підприємств (у 2013 р. – 1 715 підприємств, або 16,8%). Упровадженням інновацій у 2014 р. займалися 1 208 підприємств (75% загальної кількості інноваційно активних). Упроваджували інноваційні види продукції 600 підприємств, кількість таких видів становило 3 661 найменувань, із них 1314 – машини, обладнання, апарати, прилади. Нові технологічні процеси в звітному періоді ввели 459 підприємств; кількість процесів склала 1 743, у тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих – 447.

У 2014 р. 905 підприємств реалізували інноваційної продукції на 25,7 млрд. грн., або 2,5% загального обсягу реалізованої промислової продукції (у 2013 р., відповідно, 35,9 млрд. грн., або 3,3%). Реалізацію продукції за межі України здійснювали 295 підприємств, обсяг якої склав 29,2% від загального обсягу реалізованої інноваційної продукції, це у два рази менше, ніж у 2013 р. [1].

Інноваційна діяльність промислового підприємства – це опис шляху досягнення мети, тобто бажаного стану майбутньої реальності виробничого процесу. Для того щоб розкрити взаємозв'язок інноваційної діяльності зі стійким розвитком в аспекті реалізованого процесу використання технологічних інновацій, потрібно враховувати наступне:

– сформульована стратегія інноваційної діяльності підприємства повинна бути використана для розробки стратегічних інноваційних проектів, методів пошуку умов і можливостей сталого розвитку;

– необхідність даної стратегії інноваційної діяльності підприємства відповідає, як тільки реальний хід

подій виведе підприємство на бажану траєкторію стійкого розвитку за критерієм досягнутого рівня виробничого потенціалу;

– у ході формулювання стратегій інноваційної діяльності підприємства не можна передбачити всі можливості сталого розвитку, які відкриються при складанні проекту конкретних заходів у галузі використання технологічних інновацій, тому доводиться користуватися узагальненою, неповною і неточною інформацією про різні альтернативи інноваційної діяльності промислових підприємств;

– необхідний зворотній зв'язок, що дозволяє забезпечити своєчасне коректування стратегії інноваційної діяльності підприємства у відповідності з нововиявленими можливостями сталого розвитку та результатів науково-технічного прогресу [3, с. 255–259].

Таким чином, забезпечення взаємозв'язку між стратегією інноваційної діяльності підприємства, умовами і можливостями сталого розвитку та підсумковими результатами використання технологічних інновацій являє собою цілеспрямований механізм стратегічного управління процесом використання технологічних інновацій підприємства, який об'єднує ресурсний, організаційно-економічний, процесний, інфраструктурний та інноваційний блоки, комплексно характеризує потенціал підприємства і потреби в його модернізації (рис. 1).

Ресурсний блок. Ресурси, які вкладені у використання технологічних інновацій підприємства, можуть бути зведені в наступні основні групи забезпечення його сталого розвитку виходячи із завдань, що стоять перед ініціатором проекту підвищення виробничого потенціалу підприємства: ресурси, призначені для підвищення ефективності виробництва і націлені на створення умов для зниження виробничих витрат підприємства; ресурси в розширення виробництва, спрямовані на збільшення обсягів продукції, що випускаються для вже освоєних ринків збуту в рамках існуючих виробництв; ресурси в створення нових виробництв або нових технологій.

Організаційно-економічний блок. Залежно від обсягу наявних ресурсів, виду відтворення основних виробничих фондів, часового горизонту вкладення ресурсів, ступеня прийнятного ризику можна виділити різні типи взаємозв'язків між стратегією управління інноваційною діяльністю підприємств, напрямками сталого розвитку та можливостями використання технологічних інновацій промислового підприємства. Ці типи визначаються темпами сталого розвитку досліджуваного підприємства та сприяють застосуванню інновацій відповідно до динаміки його розвитку.

Процесний блок. У даному блоці визначені принципи і зв'язок стратегічного управління інноваційною діяльністю промислового підприємства зі стійким розвитком в аспекті реалізованого процесу використання технологічних інновацій. Зокрема, визначено порядок інвестування коштів у проекти використання технологічних інновацій, що забезпечують підприємству стійкий розвиток, підтримку або посилення його конкурентних переваг.

В інфраструктурному блоці передбачається коригування стратегії з урахуванням параметрів зовнішнього середовища. І, нарешті, інноваційний блок включає методи управління технологічними інноваціями промислового підприємства, орі-

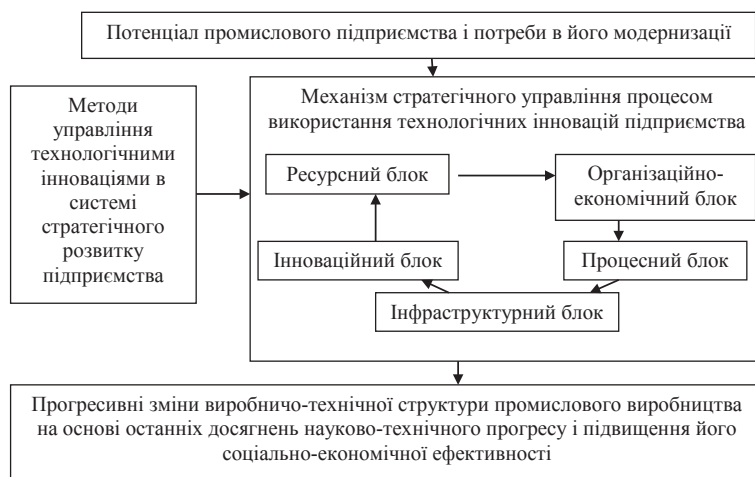


Рис. 1. Механізм стратегічного управління процесом використання технологічних інновацій

ентовані на рішення задач стратегічного розвитку підприємства [4, с. 169–172].

Сьогодні можна виділити наступні основні методи стратегічного управління інноваційною діяльністю промислового підприємства, засновані на методології управління проектами та пов'язані з використанням технологічних інновацій: діагностичні, ресурсно-потенційні, процесні і програмно-цільові методи. Розвиток методів стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємств у зв'язку з використанням технологічних інновацій при реалізації методології управління проектами має наступний характер: діагностичний метод доповнюється специфікою проведення SWOT-аналізу інноваційного середовища підприємства; у рамках ресурсно-потенційного методу створюється модель організаційно-методичного забезпечення інноваційної діяльності підприємств; процесний метод забезпечує підвищення якості оцінки проектів використання технологічних інновацій; у рамках програмно-цільового методу з'являється можливість побудови системи стратегічного планування та контролю інноваційної діяльності підприємств.

Технічне переозброєння являє собою процес удосконалення активної частини основних фондів промислових підприємств на базі інноваційних досягнень. Серйозною перешкодою для економічного зростання є абсолютний фізичний і моральний знос основних виробничих фондів промисловості. Згідно з офіційними даними Держстату, на кінець 2014 р. ступінь зносу основних засобів склала 83,5% [2]. Планування технічного переозброєння є однією із складових частин розвитку підприємства в системі технологічних інновацій.

Існує кілька методів планування технічного переозброєння:

- порівняння економічної доцільності проведення капітального ремонту або покупки устаткування;
- оцінка ефективності заходів по заміні основних виробничих фондів виходячи з розрахунку сукупного зносу обладнання і порівняння доходу від його експлуатації;
- прийняття рішення про заміну технології і вибір проекту технічного переозброєння на основі показника річного еквівалентного ануїтету;
- розгляд основних методик науково-технологічного прогнозування, таких як екстраполяція, експертні методи, форсайт [5, с. 218].

Дані методики мають ряд існуючих недоліків, таких як відсутність комплексного розгляду процесів технічного переозброєння в умовах зміни технологічних укладів, недостатнє врахування науково-технічного прогнозу. У зв'язку з цим запропоновано модель формування стратегії технічного переозброєння промислового підприємства (рис. 2). Модель орієнтована на визначення оптимального часу здійснення інвестицій у технічне переозброєння.

Її відмінною рисою є включення етапів за прогнозом науково-технічного розвитку і аналізу мікротехнологічного укладу, а також формування цілей і завдань технічного переозброєння на основі стратегії розвитку підприємства. Технологічний уклад визначає величину інвестицій, необхідну для здійснення технічного

переозброєння і формування нової виробничої бази, а також характер стратегії розвитку підприємства.

«Мікротехнологічний уклад промислового підприємства» – це ступінь відповідності виробничих, соціальних, збутових, логістичних процесів підприємства певному рівню розвитку технологічного укладу економіки і сприйнятливості до технологій більш високого рівня. Низький рівень мікротехнологічного укладу ставить завдання з розробки стратегії технічного переозброєння підприємства, спрямованої на формування сучасної виробничої бази, заснованої на досягненнях науково-технічного прогресу і враховує необхідність системного оновлення основних фондів [6, с. 142–152].

Висновки. Таким чином, проблеми та умови стратегічного управління інноваціями щодо використання технологічних інновацій промислового підприємства повинні враховувати сучасні особливості управління виробництвом, передові технології модернізації виробничих процесів та можливості підвищення рівня інноваційності та конкурентоспроможності продукції. Ефективне управління інноваціями підприємства вимагає розробки механізму стратегічного управління ними, орієнтованого на використання технологічних інновацій. Даний механізм повинен включати ресурсний, організаційно-економічний, процесний, інфраструктурний та інноваційний блоки, які комплексно характеризують потенціал підприємства і потреби в модернізації виробничих процесів.

Сутність технічного переозброєння як частки інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства визначає основні принципи формування стратегії технічного переозброєння, яка повинна бути спрямована на формування мікротехнологічного укладу.

Перспективним завданням нашої країни є підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, технічного і професійного рівня виробництва. Тому

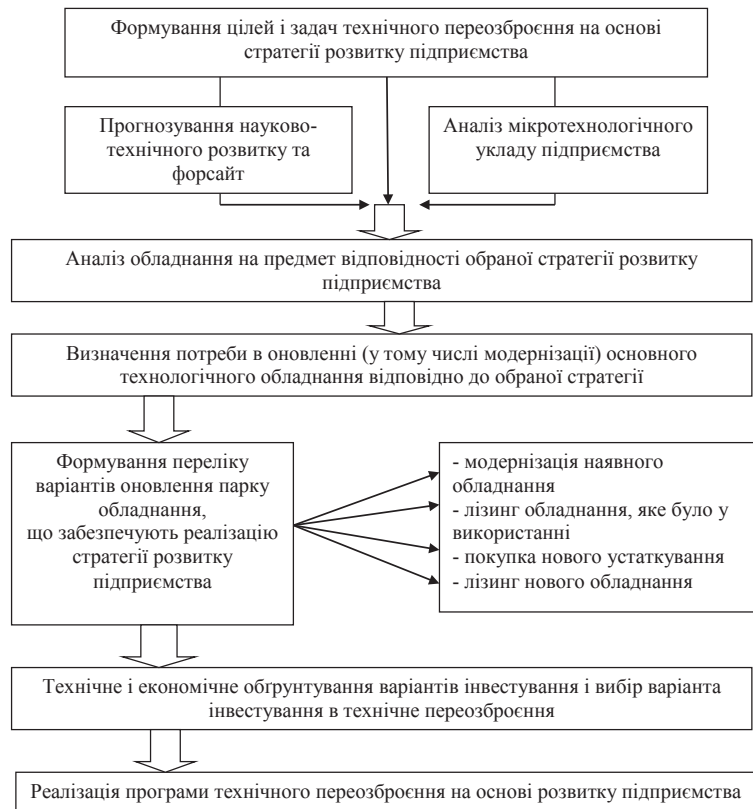


Рис. 2. Модель формування стратегії технічного переозброєння промислового підприємства

модель формування стратегії технічного переозброєння може бути використана господарючими суб'єктами при ухваленні рішення про технічне переозброєння.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Наукова та інноваційна діяльність (1990–2012 рр.) / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
2. Вартість основних засобів у 2000–2014 рр. / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
3. Радієвський М.В. Організація виробництва: інноваційна стратегія сталого розвитку підприємства: [підручник] / М.В. Радієвський. – М.: Інфра-М, 2010. – 375 с.
4. Шевелев А.А. Проблемы и условия стратегического управления инновациями по технической перевооружению промышленного предприятия / А.А. Шевелев // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 169–172.
5. Економіка підприємства: [підручник] / За ред. С.Ф. Покропивного; 2-е вид., перероб. та доп. – К., 2002. – 528 с.
6. Хохлова І.Г. Термінологічні та методологічні проблеми розробки стратегії технічного переозброєння / І.Г. Хохлова, І.М. Джазовська // Вісті вищих навчальних закладів. Поволзький регіон. Громадські науки. – 2010. – № 3. – С. 142–152.

УДК 658:519.86

Верхоглядова Н.І.

доктор економічних наук,

академік Академії економічних наук України

Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

Щеглова О.Ю.

кандидат технічних наук,

доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства

Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

Костоусов А.Ю.

студент

Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті з опорою на системну методологію з'ясовано сутність і базові характеристики економічної стійкості підприємства. Сформульовано основні складові механізму забезпечення економічної стійкості підприємства з подальшою їх конкретизацією на рівні діючої економіко-управлінської парадигми і, зокрема, теорії стратегії. Обґрунтовано основні індикатори оцінки економічного стану і принципи забезпечення економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, підприємство, економічна стійкість, індикатори, показники, комерційне підприємство.

Костоусов А.Ю., Щеглова О.Ю., Верхоглядова Н.І. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье с опорой на системную методологию определены сущность и базовые характеристики экономической стойкости предприятия. Сформулированы основные составляющие механизма обеспечения экономической стойкости предприятия с последующей их конкретизацией на уровне действующей экономико-управленческой парадигмы и, в частности, теории стратегии. Обоснованы основные индикаторы оценки экономического положения и принципы обеспечения экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предприятие, экономическая стойкость, индикаторы, показатели, коммерческое предприятие.

Kostousov A.Y., Shcheglova O.Y., Verkhoglyadova N.I. ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM TO ENSURE STABLE ECONOMIC SECURITY

It is certain in the article, with support on system methodology, essence and base descriptions of economic firmness of enterprise. The basic constituents of mechanism of providing of economic firmness of enterprise are formulated, with subsequent by their specification at the level of operating economic administrative paradigm, and, in particular, theory of strategy. The basic indicators of estimation of economic position and principles of providing of economic security of enterprise are grounded.

Keywords: economic safety, enterprise, economic firmness, indicators, indexes, business enterprise.

Постановка проблеми. Виходячи зі світового досвіду забезпечення економічної безпеки – це свобода в діях, гарантія незалежності, умов стабільності і ефективної життєдіяльності суспільства та досягнення успіху. Це пояснюється тим, що економіка безпосередньо охоплює діяльність кожної людини, і той вклад, який вона вносить у розвиток своєї країни, а особливо в національну безпеку, нерозривно пов'язаний з оцінкою життєздатності економіки, її стійкості при можливих зовнішніх і внутрішніх загрозах. Тому забезпечення економічної безпеки нале-

жить до найважливіших пріоритетів. Економічна безпека органічно включена в систему державної безпеки з такими її додатками, як забезпечення підтримки соціального миру в суспільстві, надійна обороноздатність країни, захист від екологічних лих. Тут усе взаємопов'язане, і один напрям доповнює інший: не може бути найліпшою військовою безпеки при слабкій, недопрацьованій економіці. Ефективна економіка складається з ефективного управління різними економічними об'єктами, зокрема підприємствами. Ефективність підприємств залежить від результативності,

працівників підприємства. Не може бути ні військової безпеки, ні ефективної економіки в суспільстві, що роздирається соціальними конфліктами.

Отже, розглядаючи ті або інші сторони безпеки, необхідно враховувати їх економічні аспекти. Економічна безпека тісно пов'язана з інвестиційною діяльністю. Безпеку можна визначати як якісну характеристику об'єкта. Чим вище економічна безпека країни, регіону, підприємства, тим привабливіші вони для інвестицій. Великий вплив як на економічну безпеку в цілому, так і на інвестиційну діяльність зокрема надає не тільки загальний економічний стан об'єкту, але й рівень опрацьованості законодавчої бази. На жаль, рівень законодавчої бази в країні ще далекий від досконалості, тому потрібна серйозна увага до цього питання з боку як державних, так і регіональних законодавчих органів.

На разі існує два наукових напрями щодо визначення економічної безпеки. У рамках першого напрямку економічна безпека підприємств розглядається як захист підприємств від негативних впливів (загроз) зовнішнього і внутрішнього середовища [10; 11]. Оцінка економічної безпеки підприємства полягає у визначенні захищеності його потенціалу (виробничо-технічного, фінансового, соціального і т.д.). При цьому під економічною безпекою підприємства слід розуміти захищеність його потенціалу від негативної дії зовнішніх і внутрішніх чинників, а також здібність суб'єкта до відтворення [12].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Складові національної безпеки раніше були досліджені такими зарубіжними і вітчизняними вченими, як: Н. Власова, Г. Дарнопих, Г. Андрощук, В. Геєць, О. Архипов, Н. Болва, О. Грунін, В. Захарченко, Є. Іванов, В. Картавцев, О. Новікова, Г. Пастернак-Таранушенко, О. Барановський, Л. Омелянович, В. Сенчагов, Н. Сергієнко та ін. Немалий внесок у процес дослідження зробили Я. Корн, Й. Шумпетер, В. Ойкен [13].

Економічна безпека підприємства, що функціонує в умовах сучасного ринку, та її основні риси відзначаються в роботах учених країн СНД і України: І.М. Омельченко, С.М. Анохіна, А.О. Колобова, В.І. Рощина, В.О. Дінеса, В.М. Ларіна, О.Г. Бодрова, А.Д. Канчавелі, М.С. Яшина, В.Л. Диканя, Р.Ю. Лоскутова, В.В. Назарова, М.О. Кизима, Д.В. Бабича, М.Д. Соколова, В.М. Ячменьової, М.Г. Гузя, О.Г. Ремпеля, В.О. Василенка, та ін. [13].

Автори дотримуються різних підходів у трактуванні економічної безпеки підприємства, тому актуальність теми спричиняє появу нових робіт з оцінки економічної безпеки підприємства, що також викликає необхідність у проведенні даного дослідження.

Мета статті полягає в аналізі організаційно-економічного механізму для забезпечення стійкої економічної безпеки підприємства, основується на базі наукового обґрунтування.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному економічному просторі функціонує безліч різних об'єктів (виробничих підприємств, комерційних, фінансових та інших структур), які взаємодіють у рамках прийнятого законодавства. Виникнення і функціонування ринку, у рамках якого здійснюється кругообіг ресурсів, доходу і продуктів, можливе за наявності ряду умов, найважливішими з яких є:

- суспільний розподіл праці, який приводить до обміну продуктами і послугами;
- економічна відособленість виробників як необхідної умови рівноцінного обміну;

– свобода підприємницької діяльності [1].

Усі суб'єкти господарської діяльності у взаємозв'язку складають єдине ціле економічного механізму суспільства. Проте можна відзначити велику роль у ньому такої складової, як «підприємство», оскільки ринковий обмін можливий за наявності проведених продуктів і послуг. Саме тому, на нашу думку, найбільшу увагу слід присвятити дослідженню питань оцінки і забезпечення економічної безпеки таких об'єктів ринкової економіки, як комерційні підприємства. Комерційне підприємство здійснює свою діяльність на свій страх і ризик із метою регулярного отримання прибутку. Діяльність комерційного підприємства пов'язана з певними небезпеками і ризиками як комерційного, так і некомерційного характеру, які, у свою чергу, чинять вплив на основну мету комерційного підприємства – отримання прибутку.

Економічна безпека підприємства – це стан підприємства, при якому забезпечується стабільність його функціонування, фінансова рівновага і регулярне отримання доходу, можливість виконання поставлених цілей і завдань, здібність до подальшого розвитку і вдосконалення [6].

Небезпека, своєю чергою, – це можливість негативної дії на об'єкт (підприємство), у результаті якого йому може бути завданий який-небудь збиток, шкода, що погіршує його поточний стан та небажано діє на його динаміку або параметри розвитку.

Джерелами небезпеки є умови і чинники, які самі по собі або в сукупності можуть нанести або з'явитися причиною збитку. При цьому *загроза* – це найбільш конкретна і безпосередня форма небезпеки, або сукупність умов і чинників, що створюють небезпеку. Підставою для оцінки погроз і можливого збитку діяльності об'єкту або об'єкту самому по собі є критерії економічної безпеки.

Критерій – це ознака, на підставі якої проводиться оцінка, класифікація об'єкту. Критерії економічної безпеки характеризують якісну площину, на основі якої формується протидія небезпеці. Наприклад, здатність економічної системи протистояти небезпеці визначається такими критеріями, як озброєність ресурсами, технологіями, організацією і рівнем розвитку виробництва, фінансів, менеджменту, маркетингу, юридичної і охоронної служб та ін. *Критерій економічної безпеки* – це оцінка стану об'єкту з погляду основних економічних показників та індикаторів, що відображають суть економічної безпеки [3].

Економічна безпека не носить абсолютного характеру, тому що суспільне розділення праці робить підприємства взаємозалежними один від одного. У цих умовах економічна безпека означає можливість контролю корпоративних ресурсів, досягнення такого рівня виробництва, ефективності та якості продукції, який забезпечує її конкурентоспроможність.

Необхідною умовою життєдіяльності підприємства є, як відомо, забезпечення його постійної платоспроможності. Фінансова рівновага передбачає, що грошові надходження підприємства дорівнюють або перевищують потребу в капіталі для виконання поточних платіжних зобов'язань. Здібність до подальшого розвитку і вдосконалення, що особливо важливе у сучасному світі, припускає модернізацію виробництва, підвищення професійного, освітнього і загальнокультурного рівня працівників, розширення виробництва, диверсифікацію напрямів діяльності, внутрішні інвестиції, які стають необхідними і обов'язковими умовами стійкості і стабільності функціонування підприємства.

Для кращого розуміння суті економічної безпеки важливо з'ясувати її зв'язок із поняттями «розвиток» і «стійкість». Розвиток – один із компонентів економічної безпеки. Адаже якщо підприємство не розвивається, то різко скорочуються його можливості виживання на ринку, а також опірність і пристосованість до внутрішніх і зовнішніх загроз [7].

Стойкість і безпека – найважливіші характеристики об'єкту як єдиної системи. Їх не варто протиставляти, з них кожна по-своєму характеризує стан об'єкту. Стойкість – це критерій надійності, запорукою стійкості підприємства є фінансова стійкість.

Важливо підкреслити, що найвищий ступінь безпеки досягається за умови, що весь комплекс показників знаходиться в межах допустимих меж своїх порогових значень, а порогові значення одного показника досягаються не на шкоду іншим. За межами значень порогових показників підприємство втрачає здібність до динамічного саморозвитку, конкурентоспроможність і, як наслідок, приречено на фінансову неспроможність і банкрутство.

Отже, для оцінки економічної безпеки підприємства необхідно побудувати модель, яка забезпечить можливість розрахунку значення критерію економічної безпеки підприємства. Для цього необхідно побудувати систему показників та індикаторів, що описують досліджуваній об'єкт (підприємство), тобто процесів, що відображають суть і економічний характер даного об'єкту. Якщо розглядати підприємство як об'єкт економічної безпеки, то необхідно враховувати не тільки внутрішні, але й зовнішні чинники, що істотно впливають на діяльність об'єкту, такі, наприклад, як структура і характер змін на ринках, на яких діє дане підприємство, зміни в законодавстві, нестабільність економічної і політичної ситуації та ін. [4].

Безумовно, багато з таких чинників носять чисто якісний характер і важко не тільки оцінити їхню величину, але й пов'язати їхню дію з конкретним впливом на діяльність підприємства, наприклад, оцінити розмір недоотриманого прибутку в результаті зміни інвестиційного клімату. Необхідно відзначити, що крім розділення на якісні та кількісні індикатори, потрібно враховувати наступну класифікацію показників економічної безпеки відповідно до різних ознак:

- 1) по рівню об'єкту економічної безпеки;
- 2) по ступеню значущості показників;
- 3) по періоду дії погроз (та їх прогноз);
- 4) по напрямку дії на економіку;
- 5) по складу погроз, характеру і масштабу вірогідного збитку від їх дії.

По рівню об'єкту економічної безпеки показники діляться на наступні групи:

- 1) показники макроекономічного рівня (країни);
- 2) показники мезорівня (регіонального або галузевого);
- 3) показники мікроекономічного рівня (підприємств, фірм, банків, АТ і т. п.);
- 4) показники особового рівня.

По ступеню значущості показники діляться на:

- 1) загальні макроекономічні;
- 2) базові макроекономічні;
- 3) приватні економічні;
- 4) зовнішні.

По періоду дії загроз показники можна розділити на такі, що враховують короткостроковий, середньостроковий і довгостроковий характер таких загроз [8].

Остання група показників, пов'язана зі складом загроз, повинна описуватися залежно від конкретних обставин.

Серед показників економічної безпеки можна виділити наступні:

– економічні показники (динаміка і структура виробництва і доходу, показники об'ємів і темпів виробництва, диверсифікація напрямів діяльності та динаміка окремих напрямів, капіталовкладення та ін.);

– що характеризують кадровий, інтелектуальний, природно-ресурсний, виробничий, науково-технічний потенціал;

– характеризуюча динамічність і адаптивність управлінського механізму;

– залежність від зовнішніх чинників (рівень інфляції, дефіцит бюджету, дія макроекономічних чинників, стабільність національної валюти, інвестиційна привабливість, рівень ділової активності та ін.) [2].

Порогові рівні зниження безпеки можна охарактеризувати системою показників, що відображають, зокрема: гранично допустимий рівень зниження економічної активності, об'ємів виробництва, інвестування і фінансування, за межами якого неможливі економічна діяльність і подальший розвиток на технічно сучасному, конкурентоздатному базисі, підтримка науково-технічного, інноваційного, інвестиційного, кадрового і кваліфікаційного потенціалу та ін.

Висновки. Економічна безпека – це здатність економічного об'єкта забезпечувати ефективне функціонування і використання ресурсів для виконання поточних завдань і забезпечення подальшого розвитку. Іншими словами, економічна безпека підприємства є сукупністю внутрішніх і зовнішніх умов, що сприяє його ефективному динамічному зростанню, регулярному отриманню прибутку, забезпечує конкурентоспроможність і гарантує від різного роду загроз і втрат.

З цього можна зробити два висновки.

Перший. Економічна безпека підприємства країни повинна забезпечуватися перш за все за рахунок ефективності внутрішньої структури і організації бізнес-процесу підприємства. Тобто разом із захисними заходами, здійснюваними підприємством, воно повинне захищати само себе на основі високої продуктивності праці, якості продукції і т. д.

Другий. Забезпечення економічної безпеки підприємства не є виключно прерогативою якого-небудь одного відділу, служби або групи осіб. Вона повинна підтримуватися всією внутрішньою структурою підприємства – починаючи від керівництва і закінчуючи рядовими працівниками, усіма ланками і структурами підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богомолов В.А. Экономическая безопасность / В.А. Богомолов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
2. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
3. Гончаренко Л.П. Управление безопасностью: [учеб. пособ.] / Л.П. Гончаренко. – М.: КНОРУС, 2010. – 272 с.
4. Гусев В.С. Экономика и организация безопасности хозяйствующих субъектов / В.С. Гусев. – СПб.: Очарованный странник, 2001. – 281 с.
5. Козак Л.С. Теоретичне обґрунтування та оцінка рівня економічної безпеки підприємства в системі антикризового управління / Л.С. Козак, О.В. Федорук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 68–72.
6. Кононенко А.Ф., Дем'яненко Г.Є. Соціальний аспект економічної безпеки / А.Ф. Кононенко, Г.Є. Дем'яненко // Матеріали міжнародного науково-практичного симпозиуму «Розповсюдження інновацій з економіки сталого розвитку». – Донецьк: ДонДУЕТ, 2001. – С. 100–102.

7. Коцюба О.С. Економічна стійкість підприємства в умовах ринку: концептуалізація проблеми / О.С. Коцюба // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб.; гол. ред. А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2005. – Вип. 17. – С. 27–34.
8. Мунтіян В.І. Економічна безпека України: [монографія] / В.І. Мунтіян. – К.: КВІЦ, 1999. – 462 с.
9. Судакова О.І. Формування системи управління економічною безпекою підприємства / О.І. Судакова // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць.: у 9-ти т. Т. 8. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – Вип. 231. – С. 1652–1661.
10. Василец В.І., Василец С. В. Хорошо ли защищен ваш бизнес? / В.И. Василец, С.В. Василец // Безопасность бизнеса. – 2005. – № 1. – С. 18–21.
11. Економіка підприємства: [підручник] / М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко [та ін.]; за заг. ред. С. Ф. Покропивного; вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
12. Стратегія забезпечення належної економічної безпеки підприємства / О.І. Судакова, Д.В. Гречко, А.В. Шкурупій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka>.

УДК 331.215.1;331.101.3

Галайда Т.О.

*старший викладач кафедри економіки підприємства та управління персоналом
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка*

Рябуха А.І.

*студент
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка*

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено дослідженню європейського досвіду застосування різних систем оплати праці та мотивації працівників підприємств. Виявлено взаємозв'язок політики оплати праці з іншими елементами системи управління персоналом. Запропоновано напрями використання моделей оплати праці, які б забезпечували залежність заробітної плати від ефективності й продуктивності праці на підприємствах України.

Ключові слова: заробітна плата, рівень оплати праці, продуктивність праці, системи оплати праці, мотивація, працівники.

Галайда Т.А., Рябуха А.И. ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ СИСТЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА И МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена исследованию европейского опыта применения различных систем оплаты труда и мотивации работников предприятия. Выявлена взаимосвязь политики оплаты труда с другими элементами системы управления персоналом. Предложены направления использования моделей оплаты труда, обеспечивающих зависимость заработной платы от эффективности и производительности труда на предприятиях Украины.

Ключевые слова: заработная плата, уровень оплаты труда, производительность труда, системы оплаты труда, мотивация, работники.

Galayda T.O., Ryabuha A.I. EUROPEAN EXPERIENCE OF APPLICATION OF EFFECTIVE SYSTEMS OF PAYMENT OF LABOUR AND MOTIVATION OF WORKERS OF ENTERPRISE

The article deals with the research of European experience of application of the different systems of remuneration of labor and motivation of workers of enterprises. Discovered the relationship of labour remuneration policy with other elements of control system of personnel management. Suggested directions for use models of remuneration to ensure the dependencies of the payroll from the efficiency and productivity labor on the enterprises of Ukraine.

Keywords: salary, level of remuneration of labor, productivity, system of remuneration, labor productivity, motivation, workers.

Постановка проблеми. На підприємствах України в останні роки спостерігається ситуація, коли зниження рівня продуктивності праці супроводжується підвищенням рівня заробітної плати, причому рівень оплати праці все ж залишається досить низьким і не забезпечує достойного рівня життя та необхідного відтворення робочої сили. На підприємствах, відповідно, зростають витрати на одиницю продукції, що спричиняє втрату конкурентних переваг та інвестиційної привабливості. Відсутність взаємозв'язку між ефективністю праці та матеріальної винагородою є також суттєвим демотиватором для працівників.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю наближення рівня продуктивності праці та заробітної плати найманих працівників до рівня європейських країн шляхом створення відповідних

умов для ефективної трудової діяльності на підприємствах України на принципах соціального партнерства, які визнані європейським співтовариством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних учених-економістів, у працях яких досліджено проблемні питання ефективної оплати праці, а також різні аспекти мотивації персоналу, можна відзначити: Д. Богиню, Г. Завіновську, В. Баранова [1], О. Грیشнову, М. Ведернікова, І. Швець. А. Каліну А. Колота, А. Козаченко [2], О. Квашу [3], О. Криворотько [4], О. Крушельницьку, Н. Ільєнко [5], М. Семикіну [6]. Серед праць зарубіжних учених, які займалися дослідженнями мотиваційного механізму, а також взаємозв'язку винагороди працівників з ефективністю праці, відзначаються роботи Д. Рікардо, П. Самуельсона, Ф. Герцберга, А. Маршалла, А. Маслоу, Ф. Тейлора,

Р. Еренберга, Р. Сміта, П. Друкера [7], В. Адамчука, Б. Генкіна, О. Жуліної [8], С. Шапіро [9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій, сучасний стан вирішення проблем забезпечення ефективності систем оплати праці, які мали б мотиваційний вплив на результати діяльності персоналу вітчизняних підприємств, є вкрай незадовільним у контексті євроінтеграції України.

Мета статті полягає в узагальненні європейського досвіду і розробці практичних рекомендацій щодо забезпечення ефективних систем оплати і мотивації праці в умовах розвитку соціально-трудових відносин на підприємствах України, що побудовані на принципах соціального партнерства.

Вклад основного матеріалу дослідження. Принципово важливим питанням для України є вихід на рівень європейського стандарту оцінки робочої сили.

Порівняно з країнами СНД мінімальна зарплата в Україні нижче, ніж в Азербайджані, Вірменії, Білорусі, Казахстані. Найкращі показники за гарантованою мінімальною зарплатою зафіксовані в Норвегії, Австралії, Люксембурзі, Новій Зеландії та Бельгії, де мінімальна місячна оплата праці законодавчо закріплена на рівні понад 2 тис. дол. За оцінками експертів, протягом останнього десятиріччя мінімальна зарплата суттєво зросла в усіх європейських країнах, зокрема, в Румунії – більш ніж удвічі (з 68,3 до 217,5 дол.), а Польща та Словаччина підвищили її більш ніж удвічі. За результатами дослідження «Індексу Біг Мака» в перерахунку на мінімальну зарплату в Україні працівник протягом восьмигодинного робочого дня може заробити собі у п'ять разів менше, ніж у Польщі, у 12 разів менше, ніж у Франції та Великій Британії [10].

На переконання профспілок, низька заробітна плата та її не виправдана диференціація – основні перешкоди для розвитку власного національного товаровиробника, що стримує внутрішнє споживання та підвищення життєвого рівня працюючого населення, ефективну високопродуктивну працю. Незва-

жаючи на те що за роки незалежності було здійснено широкі заходи з удосконалення державного і колективно-договірного регулювання оплати праці, посилення захисту прав працівників на своєчасне отримання заробітної плати, політика ринкових реформ меншою мірою торкнулася подолання дешевизни робочої сили, професійного розвитку найманих працівників, якості трудового життя [11].

Продуктивність праці в Україні становить лише 30% продуктивності праці в країнах Євросоюзу. При цьому середня заробітна плата в Україні порівняно з країнами ЄС становить близько 4–17% залежно від країни. Отже, пересічний працівник в Україні недоотримує оплату праці порівняно з наявним рівнем продуктивності праці [1, с. 120].

В Україні політика оплати праці визнана одним із макроекономічних чинників впливу на рівень інфляції, загальну конкурентоспроможність економіки, рівень зайнятості, стан державного фінансування або на рівень інвестицій, засіб забезпечення сприятливого економічного середовища [12].

У розвинених країнах участь підприємців у процесах інвестування в навчання працівників, як правило, є вагомою, а частка залучених до професійного розвитку працівників – досить високою в результаті активної взаємодії соціальних партнерів і формування колективної соціальної відповідальності. Країни Європейського Союзу ще на самому початку економічних реформ відкрили широку дорогу соціальному діалогу. Питання заробітної плати вирішуються шляхом колективних переговорів або індивідуально, на рівні підприємства.

У трудових законодавчих актах ООН, Європейській соціальній хартії, Хартії ЄС основних соціальних прав працівників містяться загальні основні положення відносно прав працівників на справедливую та задовільну винагороду, яка забезпечує достойне існування людини та її родині та заборони дискримінації при встановленні та зміні розмірів заробітної плати. У багатьох європейських країнах установлюється загальнонаціональний мінімум заробітної плати, роз-

Таблиця 1

Регулятори оплати праці, що впливають на її диференціацію, в країнах Європи

Країна	Регулятори диференціації оплати праці
Німеччина	Галузеві тарифні угоди, які розглядаються як цивільні угоди, розповсюджуються лише на членів організацій, які їх уклали.
Великобританія	Для перевірки виплати заробітної плати на рівні не нижчому за мінімальну заробітну плату в електронному вигляді працює Національний калькулятор розрахунку заробітної плати.
Франція	Національна мінімальна заробітна плата та галузеві угоди. В угодах установлюються єдині для галузей економіки тарифні системи з досить широким діапазоном оплати в межах кожного розряду.
Нідерланди	Рівень мінімальної заробітної плати залежить від віку та від тривалості робочого тижня і змінюється Урядом два рази протягом року: з 1 січня та з 1 липня залежно від економічної ситуації в країні. Питання оплати праці на договірному рівні регулюються колективними угодами.
Італія	Галузеві тарифні угоди, які розглядаються як цивільні угоди. Умови угоди можуть бути розповсюджені й на працівників, які не є членами жодної з профспілок, що узгоджували ці договори. Якщо індивідуальний договір не відповідає закону, то в судовому порядку встановлюється заробітна плата з урахуванням умов оплати праці, що прийняті колективними договорами. Діють єдині галузеві системи, за якими робітники, керівники, спеціалісти та службовці оплачуються за єдиною тарифною сіткою; при цьому частина розрядів призначена лише для робітників, частина – для спеціалістів та службовців, а частина розрядів – спільна.
Австрія	Галузеві тарифні угоди. У них фіксуються мінімальні заробітні плати робітників та службовців, які є обов'язковими для всіх підприємств галузі.
Фінляндія	Центральна угода про політику доходів, яка є обов'язковою для виконання для всіх без виключення роботодавців та осіб найманої праці незалежно від членства в профспілках в усіх галузях та сферах діяльності. Угода встановлює тарифні сітки за спеціальностями, регулює оплату наднормових годин, відсотки відрахувань до соціальних фондів тощо, фіксує мінімальний рівень погодинної заробітної плати.
Польща	Тристоронній економічний та соціальний комітет несе відповідальність за переговори щодо розміру мінімальної заробітної плати на наступний рік. Якщо члени комітету не досягають згоди, Міністерство праці самостійно встановлює розмір мінімальної заробітної плати.
Чехія	Мінімальна заробітна плата, гарантована заробітна плата та колективні угоди і договори. Колективні угоди на галузевому рівні мають назву «колективні угоди Вищого рівня». Вони розповсюджуються на роботодавців та найманих працівників, представники яких не брали участі в їх укладанні.

мір якої визначається по-різному, але за основу прийнято положення Конвенції МОП № 131 «Про встановлення мінімальної заробітної плати з особливим урахуванням країни, що розвиваються» [13].

Поряд із цим у зарубіжній практиці широко застосовуються погоджувальні процедури, що базуються на принципі соціального діалогу та соціального партнерства [14, с. 26].

Установлення ефективних рівнів оплати праці, оптимізація витрат на заробітну плату і водночас розроблення та застосування дієвого мотиваційного механізму на підприємстві є важливим та складним завданням. Вирішити низку вищезначених проблем можливо за допомогою критичного і зваженого вивчення та адаптації сучасного європейського досвіду до вітчизняних умов.

Результати дослідження основних регуляторів заробітної плати працівників, які впливають на встановлення її справедливої диференціації у країнах Європи, свідчать, що кожна країна в цьому питанні має певні традиції і однакового підходу щодо його вирішення не існує [5, с. 26].

У табл. 1 узагальнено відмінності та особливості регулювання заробітної плати в європейських країнах.

На вітчизняних підприємствах у процесі вдосконалення систем стимулювання і оплати праці мова може йти про узагальнення і запозичення керівниками зарубіжного прогресивного досвіду у сфері використання сучасних систем оцінки персоналу, формування і застосування системи матеріального заохочення різних категорій працівників, а також залучення значної частини персоналу до управління виробництвом (справами фірми) [1, с. 140].

Заробітній платі належить провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності працівників вітчизняних підприємств, оскільки вона визначає можливість повноцінного відтворення робочої сили. У сучасних умовах інноваційного розвитку економіки до працівників підприємств ставляться високі вимоги, з'являються нові підходи до винагороди.

П. Друкер наголошував: «Задоволеність грошовою винагородою може мотивувати тільки в комплексі з іншими факторами, що змушують персонал приймати на себе відповідальність» [7, с. 304].

Кожна система оплати праці має свої особливості, переваги та недоліки, а отже, вибір певної моделі політики оплати праці, або їх поєднання неможливо здійснювати окремо від інших напрямів роботи з персоналом.

Заробітна плата являє собою компенсації трудового внеску працівників у діяльність підприємства, і однією з основних її функцій є саме стимулююча. Виконання даної функції повинно забезпечуватися через взаємозв'язок із конкретним результатом (виконаною роботою), корисністю даного співробітника для компанії, його цінністю, конкурентними перевагами і водночас «компенсувати» надмірні фізичні та нервові навантаження, недостатню престижність роботи, її не зовсім комфортні умови та інші «незручності» з точки зору самого працівника та на думку оточуючих.

Завдання ефективної організації системи оплати і стимулювання праці на підприємстві полягає в оптимальній диференціації розмірів винагороди за працю з точки зору виконання нею стимулюючого впливу та економічного обґрунтування відповідно до цінності даної праці. Отже, важливим чинником визначення базової оплати праці є її оцінювання [9, с. 72–73].

Оцінка праці дає можливість вирішити не лише завдання політики оплати праці, але й у цілому кадрової політики підприємства через процедури оцінювання кадрового потенціалу, рівня компетентності працівників, оптимізувати витрати на розвиток персоналу, посилення мотиваційних чинників та зміцнення трудової дисципліни, управління якістю праці, організацію зворотного зв'язку працівників та керівництва. Оцінка праці, у свою чергу, тісно пов'язана з оцінюванням персоналу підприємства [15].

Відмінності в системах оплати та мотивації праці персоналу американських та європейських підприємств узагальнено в табл. 2.

У зарубіжних країнах з початку 90-х років спостерігаються певні стійкі тенденції в галузі оплати праці найманих працівників, зокрема, зростання масштабів систем перемінної заробітної плати й частки групових форм оплати праці, а також збільшення їх частки в загальному доході працівників; широке розповсюдження систем плати за знання та компетенцію; розвиток гнучких систем пільг праців-

Таблиця 2

Моделі політики оплати та мотивації праці на підприємствах у зарубіжних країнах

Країна	Сутність моделі оплати та мотивації праці
США	Різні модифікації погодинної системи оплати праці з нормованими завданнями, доповнені різноманітними формами преміювання. Поєднання елементів відрядної і погодинної систем. Залежність підвищення оплати праці не стільки від виробітку, скільки від зростання кваліфікації і кількості освоєних професій.
Франція	Велика різноманітність економічних інструментів, включаючи стратегічне планування і стимулювання конкуренції, гнучку систему оподаткування. Індиксація заробітної плати залежно від вартості життя й індивідуалізація оплати праці. Методика оцінки праці, яка, як правило, носить багатofакторний характер і використовувані критерії (на підприємствах застосовується бальна оцінка ефективності праці працівника), що надає сильну стимулюючу дію на ефективність і якість праці, служить фактором саморегулювання розміру фонду оплати праці, забезпечує широку інформованість працівників про економічний стан компанії.
Великобританія	Дві модифікації системи оплати праці, що залежать від прибутку: грошова та акціонерна, що передбачає часткову оплату у вигляді акцій. Передбачається можливість застосування коливної системи заробітної плати, повністю залежить від прибутку фірми.
Швеція	Модель мотивації праці відрізняється сильною соціальною політикою, спрямованою на скорочення майнової нерівності за рахунок перерозподілу національного доходу на користь менш забезпечених верств населення. Шведські профспілки не дозволяють господарям низькорентабельних підприємств знижувати заробітну плату нижче встановленого на переговорах щодо переукладання колективних трудових угод загального рівня. Це спонукає підприємців або модернізувати виробництво, або закрити підприємство.
Німеччина	Модель мотивації праці виходить з того, що в її центрі знаходиться людина з її інтересами як вільна особистість, що усвідомлює свою відповідальність перед суспільством. Ринкове господарство Німеччини називається соціальним тому, що держава створює умови для всіх громадян, зупиняє прояви несправедливості і захищає всіх обділених і незахищених: безробітних, хворих, старих і дітей. Соціальна справедливість і солідарність – неодмінні передумови суспільного консенсусу. Ця модель забезпечує в рівній мірі як економічний добробут, так і соціальні гарантії.

Джерело: узагальнено авторами за [2]

ників підприємств. У цілому дані тенденції підвищують стимулюючу роль оплати праці у досягненні високих кінцевих результатів діяльності працівників підприємств. Продуктивність праці при цьому виявляється найбільш важливим обґрунтуванням для систем оплати праці [8].

На більшості західноєвропейських фірм формуються преміальні фонди за створення, освоєння й випуск нової продукції, її питомої ваги в загальному обсязі виробництва тощо. У відомій компанії Fiat є досвід застосування системи так званих «відкладених» премій, яка знайшла застосування в різноманітних варіантах на ряді фірм Німеччини, Франції, Англії та інших країн [1, с. 142].

Для України переважна більшість дослідників зарубіжного досвіду систем мотивації персоналу рекомендують поєднання елементів німецької, англійської та французької моделей. Так, суттєві переваги має французька модель, яка дозволяє підприємству легше переносити кон'юнктурні коливання, що дуже важливо для українських підприємств. Водночас зазначається, що дана модель може бути застосована тільки на великих підприємствах [3, с. 89].

Серед найвідоміших зарубіжних систем матеріальної мотивації найбільш цікавою є Pay for Performance – «Плата за виконання», яка включає різні методи стимулювання залежно від специфіки підприємства [4, с. 151]. Така система може бути застосована на підприємствах малого та середнього бізнесу.

ЄС розглядає політику оплати праці як частину макроекономічної політики, спрямованої на збереження стабільності цін, ефективної зайнятості, забезпечення людського розвитку. Угодою про асоціацію України з Європейським Союзом передбачено посилити діалог та співробітництво в забезпеченні гідної праці, гендерної рівності, боротьби з дискримінацією, скорочення бідності, посилення можливостей соціальних партнерів. Отже, використання кращих європейських моделей оплати і мотивації праці дасть змогу в найближчій перспективі вирішити низку питань, пов'язаних із підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та робочої сили.

Висновки. Сучасні виклики глобалізаційних процесів зумовлюють необхідність не лише дослідження й запозичення досвіду європейських країн та підприємств у формуванні політики оплати і мотивації праці, але й реалізації конкретних кроків до адаптації та ефективного використання кращих європейських практик.

Однією з найважливіших проблем організації заробітної плати на підприємствах в Україні сьогодні є відсутність дієвого механізму зацікавленості працівників, що був би здатний забезпечити максимально тісний взаємозв'язок їх заробітної плати з фактичним трудовим внеском кожного працівника та колективу підприємства в цілому, з одного боку, та був економічно обґрунтований і відповідав би стратегії розвитку підприємства – з іншого і водночас не суперечив би ані законам ринкової економіки, ані принципам соціальної відповідальності бізнесу й соціального партнерства.

Для вітчизняних підприємств можна запропонувати застосування основних елементів шведської, німецької та французької моделей політики оплати праці в доцільному поєднанні з урахуванням особливостей функціонування окремого підприємства.

Пріоритетними напрямками для тристоронньої співпраці щодо розвитку вітчизняної економіки, під-

вищення конкурентоспроможності підприємств та робочої сили на державному, регіональному та місцевому рівнях в Україні повинні стати:

- підтримка конкурентоспроможності підприємств та привабливості національної економіки для іноземних інвесторів;
- удосконалення складових існуючих систем матеріального стимулювання персоналу, використовуючи комплексний підхід;
- вивчення зарубіжного досвіду з метою його адаптованого застосування на підприємствах.

Подальші розвідки з даної проблематики будуть спрямовані на розроблення конкретних рекомендацій щодо впровадження на вітчизняних підприємствах кращих практик формування моделей політики оплати і мотивації персоналу з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на європейських ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Баранов В.В. Світовий досвід побудови ефективної системи оплати праці на підприємстві / В.В. Баранов // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2011. – Вип. 20. – Ч. I. – С. 139–145.
2. Козаченко А. Мотивація труда и системы оплаты труда: мировой опыт / А. Козаченко // Бизкиев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizkiev.com/content/view/992/591>.
3. Кваша О.С. Світові моделі мотивації праці на підприємствах: уроки для України / О.С. Кваша // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – Вип. 1. – С. 87–92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf>.
4. Криворотко І.О. Дослідження зарубіжного досвіду мотивації персоналу для використання в українських умовах / І.О. Криворотко // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємство». – 2013. – № 2. – С. 151–155.
5. Ільєнко Н. Забезпечення оптимальної диференціації заробітної плати – важливий напрям регулювання оплати праці / Н. Ільєнко, Ю. Спасенко // Україна, аспекти праці. – 2015. – № 1. – С. 22–27.
6. Семикіна М.В. Мотивація праці: нова парадигма в умовах конкурентного середовища / М.В. Семикіна // Чернігівський науковий часопис. Серія 1. Економіка і управління. – 2011. – № 2(2). – С. 118–126.
7. Друкер. П.Ф. Практика менеджмента / П.Ф. Друкер. – М.: Вільямс, 2003. – 398 с.
8. Жулина Е.Г. Европейские системы оплаты труда / Е.Г. Жулина, Н.А. Иванова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-reading.club/book.php?book=89767>.
9. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала / С.А. Шапиро. – М.: Гросс Медиа, 2005. – 224 с.
10. За межею виживання // Профспілкові вісті. – 2016. – Вип. 6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.psv.org.ua/arts/Spetcvipusk/view-2838.html>.
11. Інформаційно-аналітичні матеріали на засідання НТСЕР до питання про стан реформування оплати праці. – К., 2014. – 31 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ntser.gov.ua/split/files/content/p1-ps.doc.
12. Соціальний діалог з позицій країн ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/2197/>.
13. Список Конвенцій МОП, ратифікованих Україною станом на 1 листопада 2015 р. та інших міжнародних актів / Федерація профспілок України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fpsu.org.ua/naprjamki-diyalnosti/mizhnarodna-robotat/>.
14. Іваницька С.Б. Європейські моделі соціального діалогу та передумови їх запровадження в Україні / С.Б. Іваницька, Т.О. Галайда // Scientific Journal «Science Rise». Економічні науки. – 2016. – № 1/1(18). – С. 27–32.
15. Григор'єва О.В. Формування ефективної системи оцінювання персоналу на підприємстві / О.В. Григор'єва, Т.О. Галайда, А.В. Ісхрук // Ефективна економіка. – 2014. – № 11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.

УДК 336.221

Гринюк Р.М.

аспірант

ПВНЗ «Львівський університет бізнесу та права»

ФУНКЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті визначено сутність прямих податків підприємств, їх основні позитивні та негативні характеристики. Автором відображено традиційні підходи до означення основних принципів функціонування податків та доповнено їх принципами ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та принципом розширеного відтворення. Обґрунтовано необхідність виділення інвестиційної функції прямих податків підприємств.

Ключові слова: пряме оподаткування, принципи прямого оподаткування, функції прямих податків, інвестиційна функція, принцип платоспроможності, принцип ліквідності.

Гринюк Р.Н. ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПЫ ПРЯМОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье определена сущность прямых налогов предприятий, а также их основные положительные и отрицательные характеристики. Автором отражены основные традиционные подходы к определению принципов функционирования налогов и дополнено их принципами ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости и принципом расширенного воспроизводства. Обоснована необходимость выделения инвестиционной функции прямых налогов предприятий.

Ключевые слова: прямое налогообложение, принципы прямого налогообложения, функции прямых налогов, инвестиционная функция, принцип платежеспособности, принцип ликвидности.

Grunyk R.N. THE FUNCTION AND THE PRINCIPLES OF DIRECT TAXATION OF BUSINESS ORGANIZATIONS: THEORETICAL ASPECTS

In the article the essence of direct taxes businesses and their main positive and negative characteristics are identified. The author shows the main approaches to the traditional definition of the basic principles of the tax and added them to the principles of liquidity, solvency, financial stability and the principle of expanded reproduction. The necessity of investment allocation function of direct taxes businesses is offered.

Keywords: direct taxation, principles of direct taxation, function of direct taxation, investment function, solvency principle, principle of liquidity.

Постановка проблеми. У сучасній фінансовій науці та практиці проходить постійне розмежування податкових платежів на прямі та непрямі як основної ознаки їх класифікації. Історично першими виникли прямі податки, що встановлювалися на окремі об'єкти майна та результати господарювання. Проте всі види податків мають спільну характеристику, а саме форму економічних відносин між платниками та одержувачами податків із приводу перерозподілу створеної вартості.

Очевидно, що податки є економічним підґрунтям для функціонування держави, оскільки їх спрямування пов'язане із задоволенням суспільних потреб держави. Податки відображають економічні відносини, що складаються між державою та її платниками в процесі примусового відчуження частини отриманого прибутку суб'єктів підприємницької діяльності на користь держави для забезпечення фінансування останньою своїх видатків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми визначення сутності прямого оподаткування суб'єктів підприємництва та його методологічних засад є предметом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців та практиків. Найбільш вагомий внесок у розвиток теорій та практики прямого оподаткування здійснили А. Сміт, Д. Рікардо, Дж.М. Кейнс, А. Лаффер, А. Александров, В. Радіонова, Е. Вознесенський, А. Гальчинський, О. Василик, С. Осадець, В. Суторміна, С. Юрій та інші науковці.

Мета статті полягає в обґрунтуванні ролі прямих податків у розвитку як економіки держави, так і кожного окремого суб'єкта господарювання, а також їх функцій та принципів, дослідженні сутності прямого оподаткування, а також доповненні функцій та принципів прямого оподаткування підприємницьких структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до існуючої системи оподаткування, усі податки класично поділяються за такими основними ознаками: за об'єктом оподаткування, за місцем зарахування, за рівнем запровадження, за платниками податків, за формою сплати. Ознакою, що найбільш привертає увагу науковців, є об'єкт оподаткування. За об'єктом оподаткування усі податки поділяються на прямі та непрямі.

На нашу думку, прямі податки – це економічні відносини щодо безповоротного руху вартості від суб'єктів господарювання до централізованого фонду фінансових ресурсів держави, базою сплати яких є доходи підприємницьких структур або населення, котрі використовуються для забезпечення розширеного відтворення, розвитку економіки країни в цілому та виконання нею соціальних функцій, а їх обсяги залежать та впливають на суму доходів підприємств.

Уважаємо, система прямого оподаткування повинна забезпечувати формування доходної частини бюджету, обмежувати інфляцію та зростання рівня цін, стимулювати інноваційний та інвестиційний розвиток держави. Проте сьогодні прямі податки реалізують лише фіскальну функцію і відображають рух вартості від юридичних та фізичних осіб до держави та не забезпечують виконання стимулюючої та інвестиційної функцій.

Обсяг прямого податку, що стягується із підприємств, залежить від величини їх фінансового результату, тому обсяг сплачених податків може коливатися, а також піддаватися складному розрахунку та контролю правильності визначення. Виділимо позитивні та негативні характеристики прямих податків для підприємств (рис. 1).

Основними прямими податками в Україні, що забезпечують більшу частину податкових надходжень до бюджету, є податок на прибуток підприємств та податок з доходів фізичних осіб. Формування державою фінансових ресурсів через надходження прямих податків прямо пропорційно залежить від обсягів доходів підприємницьких структур та особистих доходів фізичних осіб. Тобто при зростанні ставок оподаткування у суб'єктів господарювання залишатиметься менше коштів для подальшого фінансування своєї діяльності. Як наслідок, в умовах нестачі фінансових ресурсів та високої вартості позикових ресурсів для підприємств, такі підприємства починають скорочувати обсяги виробництва та реалізації продукції, що призводить до зниження обсягів чистого прибутку та, відповідно, податкових платежів до бюджету, знижує обсяги заощаджень населення та корпоративних структур та змушує суб'єктів господарювання здійснювати діяльність у тіньовому секторі економіки. Уважаємо, що податки як інструмент регулювання економічного розвитку країни повинні насамперед забезпечувати стимулювання приватного інвестування, а також стимулювання економіки в цілому через їх зниження.

Зазначимо, що сутність прямих податків проявляється через їх функції. Дослідниками не відображені безпосередньо функції прямих податків, а

лише зазначені функції всіх видів податків. Разом з тим науковці не мають єдиної думки щодо функцій податків, а тому їх погляди різняться. Оскільки прямі податки є одним із видів податків, то їм характерні ті ж самі функції, що й для усієї сукупності податків.

Так, А.М. Артус виділяє фіскальну, розподільчу та регулюючу функції [1, 104]. Автор вважає, що основною є фіскальна функція податків, оскільки вона забезпечує формування фінансових ресурсів бюджету; розподільча – забезпечує спрямування дохідної частини бюджету на фінансування заходів держави; регулююча – передбачає вплив на діяльність платників податків. Фіскальна складова є надзвичайно важливою для формування фінансових ресурсів держави, проте надто високий рівень фіскального спрямування гальмує розвиток виробництва, підвищення рівня науково-технічного прогресу, тому такі дії не принесуть ні економічного, ні соціального ефекту від оподаткування.

О.Д. Василик зазначає, що податки виконують фіскальну, розподільчу та стимулюючу функції [2, с. 206]. Можемо погодитись із науковцем у твердженні, що особливе значення має стимулююча функція, оскільки саме вона дозволяє, на нашу думку, суб'єктам підприємництва акумулювати значну частину доходу, а також створює умови, за яких підприємницькі структури зацікавлені у здійсненні господарської діяльності.

А.М. Поддєрьогін вважає, що постійне і стабільне надходження платежів до бюджету може забезпечити лише фіскальна функція податків, яка мобілізує централізовані фінансові ресурси держави для забезпечення виконання нею своїх функцій, що, у свою чергу, реалізується через розподіл частини валового внутрішнього продукту [5]. Погоджуємось, що така функція дійсно належить до найважливіших та основних, оскільки без перерозподілу валового внутрішнього продукту та без акумуляції необхідних обсягів фінансових ресурсів у бюджеті країни забезпечити соціальну стабільність, культурний та соціальний розвиток її громадян неможливо. В.М. Опарін виділяє такі функції податків: фіскальну, економічну, регулювальну, соціальну, стимулювальну та стримуючу. Фіскальна функція забезпечує акумулювання частини національного доходу та створює матеріальні умови для функціонування держави, а економічна функція впливає на процеси відтворення шляхом розширення чи зниження платоспроможного попиту населення [3, с. 143–144].

Чим більш оптимальним будуть прямі податки, тим менша частина фінансових ресурсів відволікається із господарського обороту суб'єктів підприємництва, що дозволяє нарощувати обсяги інвестиційної діяльності шляхом самофінансування та, відповідно, обсяги податкових надходжень до бюджету. Крім запропонованих науковцями функцій, вважаємо за доцільне виділити інвестиційну функцію прямих податків (рис. 2).

Окрім запропонованих науковцями функцій податків, а саме регулюючої, розподільчої, фіскальної, варто виділити функцію інвестування, яка відображає



Рис. 1. Позитивні та негативні характеристики прямих податків суб'єктів господарювання



Рис. 2. Функції прямих податків підприємств та сфери їх впливу

можливості фінансування інвестиційних проєктів суб'єктів підприємництва за рахунок нагромадження власних фінансових ресурсів. Обсяг цих фінансових ресурсів є функцією, що прямо залежить від рівня доходів та рівня прямого оподаткування суб'єктів господарювання. Вони дозволяють сформулювати напрямки розвитку національної економіки, здійснювати вкладення фінансових ресурсів з метою підвищення рівня соціальної захищеності населення та забезпечують зростання рівня економічного розвитку як держави, так і окремих суб'єктів підприємництва.

Правила формування та застосування системи прямого оподаткування повинні функціонувати на основі відповідних принципів. На нашу думку, принципи прямого оподаткування повинні висвітлювати та характеризувати основоположні елементи формування системи прямого оподаткування як з точки зору суб'єктів підприємництва, так і зі сторони системи оподаткування країни в цілому. Основні змістовні характеристики принципів оподаткування за Податковим кодексом України відображено в табл. 1.

Отже, як бачимо з табл. 1, законодавством України визначено загальні принципи встановлення податків та зборів. Здійснивши аналіз таких принципів оподаткування, ми прийшли до наступних висновків:

1) запропоновані принципи оподаткування стосуються всіх видів податків та всіх категорій платників, що свідчить про їх універсальність;

2) дещо незрозумілим є принцип презумпції правомірності рішень платника податку, що передбачає можливість прийняття рішення на користь платників податків або контролюючого органу, якщо законодавчими актами встановлене неоднозначне трактування прав та обов'язків платників податку або контролюючих органів. Маємо всі підстави стверджувати

про можливість існування суперечливих законодавчих актів з питань оподаткування та порядку сплати зборів до бюджету. Така ситуація, на нашу думку, свідчить про можливість існування непрозорого законодавства з питань оподаткування;

3) суперечливим є принцип фіскальної достатності, відповідно до якого податки та збори повинні встановлюватися з урахуванням потреби у збалансованості витрат бюджету з його надходженнями. Такий принцип, на нашу думку, свідчить також про те, що система оподаткування в Україні спрямована на забезпечення фіскальної функції податків та на можливості встановлення державою нових податків або зміни їх ставок у випадку нестачі фінансових ресурсів у державі. Спрямованість на утримання таких податкових надходжень до бюджету може спричинити зростання тіньової економіки, банкрутство підприємств, зростання рівня безробіття, стримування науково-технічного прогресу та виробничої діяльності підприємств, що негативно відобразиться на економічному стані як країни в цілому, окремих господарюючих суб'єктів, так і на їх інвестиційній активності.

Проте всі принципи, зазначені в табл. 1, є узагальненими, використовуються при встановленні всіх видів податків та враховують макроекономічний

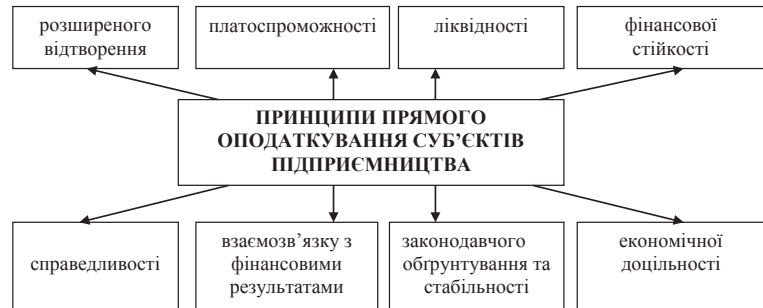


Рис. 3. Принципи прямого оподаткування суб'єктів підприємництва

Таблиця 1

Характеристика принципів оподаткування за Податковим кодексом України

Принцип оподаткування	Змістова характеристика
загальність оподаткування	кожна особа зобов'язана сплачувати встановлені податки та збори, платником яких вона є
рівність усіх платників перед законом, недопущення податкової дискримінації	передбачає однаковий підхід до всіх платників податків незалежно від соціального статусу, раси, національності, віросповідання, форми власності юридичної особи, громадянства фізичної особи, місця походження капіталу
настання відповідальності у разі порушення податкового законодавства	забезпечує обов'язкове несення адміністративної, кримінальної відповідальності у разі ухилення від сплати податків усіма їх платниками
презумпція правомірності рішень платника податку	можливість прийняття рішення на користь платників податків або контролюючого органу, якщо законодавчими актами встановлене неоднозначне трактування прав та обов'язків платників податку або контролюючих органів
фіскальна достатність	передбачає встановлення податків та зборів з урахуванням необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його надходженнями
соціальна справедливість	установлення податків та зборів повинно здійснюватися відповідно до платоспроможності платників податків
економічність оподаткування	установлення податків та зборів, обсяг надходжень від сплати яких до бюджету значно перевищує витрати на їх адміністрування
нейтральність оподаткування	установлення податків та зборів у спосіб, який не впливає на збільшення або зменшення конкурентоздатності платника податків
стабільність	передбачає, що зміни до будь-яких елементів податків та зборів не можуть вноситися пізніше як за шість місяців до початку нового бюджетного періоду, а самі податки, збори, податкові пільги та їх ставки не можуть змінюватися протягом бюджетного року
рівномірність та зручність сплати	установлення термінів сплати податків, ураховуючи потребу у своєчасному надходженні коштів до бюджетів для здійснення витрат бюджету та зручності їх сплати платниками
єдиний підхід до встановлення податків	відображає на законодавчому рівні усі обов'язкові елементи податку

Джерело: складено автором на основі [4]

аспект оподаткування. Уважаємо за доцільне сформулювати принципи оподаткування підприємницьких структур із урахуванням ефективності їх функціонування, а також особливостей стягнення прямих податків з підприємств. Запропоновані принципи відображено на рис. 3.

На нашу думку, до основних принципів формування та управління системою прямого оподаткування суб'єктів підприємництва слід віднести такі:

1) розширеного відтворення (стимулювання) – передбачає, що обсяги нарахування та порядок сплати податків повинен бути встановлений таким чином, щоб це не призводило до згорання підприємством інвестиційної діяльності внаслідок зниження обсягу власних фінансових ресурсів;

2) платоспроможності – система оподаткування повинна забезпечувати підприємствам стан, при якому вони здатні будуть оплачувати всі свої зобов'язання після сплати податкових платежів;

3) ліквідності – необхідність забезпечення достатнього рівня ліквідних засобів, що залишаться у підприємства після сплати податкових платежів;

4) фінансової стійкості – прямі податки не повинні порушувати фінансової стійкості підприємства внаслідок надмірного податкового навантаження;

5) справедливості – податки не повинні впливати на поведінку підприємств в економічній системі та не спричиняти «тіньовий» сектор економіки;

6) взаємозв'язку з фінансовими результатами – обсяг прямих податків повинен залежати від обсягу фінансового результату підприємства;

7) економічної доцільності – сплата прямих податків не повинна коштувати підприємству дорожче, ніж їх надходження до бюджету;

8) законодавчого обґрунтування та стабільності – алгоритм нарахування та справляння прямих податків суб'єктів підприємництва повинен бути чітко методично роз'яснений законодавством країни та не зазнавати частих змін.

Висновки. Уважаємо, що податкова система повинна бути спрямована на виконання таких завдань: стимулювання фінансування інвестиційних проектів підприємств; зниження рівня податкового навантаження шляхом розширення бази оподаткування підприємств; формування умов з оподаткування прямими податками для вітчизняних товаровиробників; урівноваження фінансових інтересів регіонів та держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артус М.М. Фінанси: [навч. посіб.] / М.М. Артус. – К.: Європ. ун-т, 2005. – 198 с.
2. Василик О.Д. Теорія фінансів: [підручник] / О.Д. Василик. – К.: НІОС. – 2001. – 416 с.
3. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія): [навч. посіб.] / В.М. Опарін; 2-ге вид., доп. перероб. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 99–147.
4. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
5. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: [підручник] / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк [та ін.]; 6-е вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2006. – 552 с.

УДК 338

Гудзь Ю.Ф.

*кандидат економічних наук, докторант
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В ТЕОРЕТИЧНОМУ ПОЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ

У статті відображено сутність економічного потенціалу підприємств. Визначено місце потенціалу підприємства в теоретичному полі економічної науки. Розглянуто різні підходи до визначення потенціалу підприємства: ринковий, ресурсний, функціональний.

Ключові слова: потенціал підприємства, ресурси, структурний підхід, можливості системи.

Гудзь Ю.Ф. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В ТЕОРЕТИЧЕСКОМ ПОЛЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

В статье отражена сущность экономического потенциала предприятий. Определено место потенциала предприятия в теоретическом поле экономической науки. Рассмотрены различные подходы к определению потенциала предприятия: рыночный, ресурсный, функциональный.

Ключевые слова: потенциал предприятия, ресурсы, структурный подход, возможности системы.

Gudz Y.F. POSITIONING ENTERPRISE POTENTIAL IN THE THEORETICAL FIELD OF ECONOMIC SCIENCES

The article reflects the essence of the economic potential of enterprises. The place of the theoretical potential of the enterprise in the field of economics. Different approaches to defining the potential of the enterprise: the market, resource, functional.

Keywords: enterprise potential, the resources, the structural approach of the system.

Постановка проблеми. Виконання сформульованих завдань діяльності підприємств в умовах динамічних економічних змін, посилення конкурентної боротьби визначаються наявним економічним потенціалом і його відповідністю можливостям ринку. Втримати та зміцнювати свої позиції на ринку є чи не найважливішим завданням для кожного під-

приємства. На сьогоднішній день в умовах окупації Криму і сходу країни російським агресором та розпочатої економічної війни з Росією однією з актуальних проблем сучасного українського підприємства є забезпечення конкурентоспроможності на ринках ЄС. Дана зовнішня загроза у сукупності з цілим спектром внутрішніх проблем залишається для біль-

шості підприємств невирішеною, тому успішний розвиток підприємства – це результат стратегічного менеджменту, заснованого на використанні інформації про потенціал підприємства. Від якості наявних ресурсів та їх складових залежить, наскільки динамічно підприємство буде розвиватися та відповідати на сучасні виклики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження сутності категорії «потенціал підприємства», проблеми його формування, оцінки та управління розглядаються у працях вітчизняних учених, таких як О.Ф. Балацький, Б.Є. Бачевський, В.Г. Бикова, Л.С. Головова, О.І. Гончар, Н.С. Краснокутська, І.В. Заблодська, Є.В. Лапін, Б.М. Мізюк, О.І. Олексюк, І.П. Отенко, О.О. Решетняк, І.М. Репіна, В.В. Россоха, В.Ф. Савченко, М.В. Савченко, Л.В. Скоробогата, О.С. Федонін та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на значне коло практичних, методичних, теоретичних досліджень із цієї проблематики, аналіз літератури з даної теми виявив відсутність єдиного трактування сутності потенціалу підприємства та єдиного підходу до проведення його оцінки, залишаючи дискусійні моменти для подальшого дослідження. Тому існує необхідність глибоких наукових досліджень із приводу уточнення сутності потенціалу підприємства як економічної категорії, пошуку нових методів його оцінки, що зумовлює актуальність обраної теми.

Мета статті полягає у визначенні сутності потенціалу підприємства як економічної категорії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Категорія (грецькою мовою – *Κατηγορία*, латинською – *Categoria* або *Praedicamenta*) в Аристотелевій логіці – це десять максимальних класифікацій, в які можуть бути поміщені всі матеріальні речі. Знання категорій дозволяє усвідомити й цілеспрямовано досліджувати різні зв'язки й відношення в предметах, явищах, які ми вивчаємо, орієнтує відносно тих сторін і аспектів, на які необхідно звернути увагу для розкриття сутності предметів і явищ. Фактично у всіх галузях наук розглядається така наукова категорія як потенціал (табл. 1).

Уважається, що сучасна економічна наука запозичила термін «потенціал» з фізики, де він означає кількість енергії, яку накопичила система і яку вона спроможна реалізувати в роботі. Економічні кате-

горії – це теоретичні, абстрактні, логічні поняття, котрі в узагальненому вигляді відображають основні, суттєві властивості економічних процесів та явищ і визначають характер науково-теоретичного мислення в сучасній економічній науці. Узагальнення наукових підходів до визначення категорії потенціалу підприємства дозволяє охарактеризувати його як сукупність поточних і майбутніх можливостей або ресурсів підприємства, конкурентоспроможність персоналу до їхнього ефективного використання в умовах зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

У «Великому тлумачному словнику української мови» потенціал розглядається як сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній сфері, галузі, ділянці; запас чого-небудь, резерв; приховані здатності, сили якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов [1]. Тобто це багатозначний термін, який може вживатись в економіці на різних рівнях (держави, підприємства, окремого працівника). В «Економічній енциклопедії» вказується, що потенціал – це наявні в економічному суб'єкта ресурси, їхня оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети [2].

Категорію «потенціал» в економічній літературі розуміють неоднозначно. Відповідно до словникових визначень, це поняття походить від латинського *potential* – міцність, сила. В етимологічному словнику російської мови відзначається походження слова як запозиченого в XIX ст. із французької мови, де *potentiel* взято з латинської *potentialis*, похідного *potens* – здатний, спроможний, буквально – здатний бути [3]. З часом значення розширилося до загальнішого тлумачення – наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення чогось [4].

Економічний потенціал як категорія досліджується на макро- та мікрорівнях. Частина вчених досліджують економічний потенціал на рівні держави, інші науковці розглядають економічний потенціал підприємства, трактуючи його як окрему систему або як один із видів чи елементів структури потенціалу. У науковій літературі між термінами «економічний потенціал підприємства» та «потенціал підприємства» науковці не бачать різниці. Періодизація етапів теорії потенціалів була дослі-

Таблиця 1

Визначення категорії потенціал в різних науках

Науки	Визначення категорії «потенціал»
Фізика	Електричний потенціал – фізична величина, що чисельно дорівнює роботі, яку виконують сили електричного поля при переміщенні пробного тіла з одиничним позитивним зарядом із заданої точки в нескінченність, або в точку поля, для якої потенціал дорівнює нулеві.
Хімія	Хімічний потенціал – термодинамічна функція, вживана при описі стану систем із змінним числом часток. У разі системи, що складається з великої кількості компонентів, визначається як приріст внутрішньої енергії системи при додаванні до системи нескінченно малої кількості компонента, віднесене до цієї кількості речовини, при постійних об'ємах.
Військові науки	Військовий потенціал – можливості держави чи коаліції держав утримувати й удосконалювати збройні сили, підвищувати їхню боєздатність, поповнювати навченими кадрами, забезпечувати сучасною зброєю та військовою технікою і всіма видами постачання в мирний і воєнний часи. Будучи взаємопов'язаним з економічним, науково-технічним та морально-політичним потенціалом, військовий безпосередньо проявляється у військовій могутності держави.
Біологія	Біологічний потенціал – сукупність функціональних властивостей систем організму, що підтримують процеси життєдіяльності на необхідному рівні існування живого. Звідси впливають інші поняття, що характеризують і забезпечують біологічний потенціал здоров'я.
Математика	Скалярний потенціал векторного поля – це скалярна функція, яка в усіх точках області певного поля визначається за заданою формулою.
Соціологія	Соціальний потенціал – наявність у визначеного об'єкта (людини, родини, трудового колективу, регіону, суспільства) можливостей, як наявних, так і прихованих, які реалізуються за певних умов, а також здатностей діяти у відповідних сферах з метою отримання бажаного результату.

джена в працях О.І. Гончар [5–7] і знайшла відображення у табл. 2

Звідси можна зробити висновок, що фундамент дослідження сутності потенціалу підприємства заклали радянські вчені саме на ресурсному рівні, не досліджуючи ринкову складову. Сучасна російська наукова школа, навпаки, ставку робить на дослідження ринкової, конкурентної складової. Що стосується українських науковців, то більшість з них потенціал визначають як приховані можливості економічної системи та виділяють такі складові, як організаційна, виробнича, інвестиційна, інноваційна, маркетингова, фінансова та кадрова та ін. Суттєвий внесок у розвиток теорії потенціалів зробили роботи українського науковця І.М. Репіної. Під потенціалом І.М. Репіна розуміє «... сукупність ресурсів (виробничих, інвестиційних, технологічних, кадрових, фінансових, наукових і т. ін.), навичок і можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу щодо виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства» [8, с. 265].

Н.С. Краснокутська [9, с. 54] пояснює потенціал з іншої точки зору: «Можливості системи ресурсів і компетенції підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів». Деяко інших поглядів стосовно потенціалу дотримується російський науковець І. Ремізова, яка розглядає ринковий потенціал підприємства як його спроможність забезпечити частку ринку у відповідності до оцінки сукупного економічного потенціалу та виробничого профілю даного підприємства [10, с. 98]. Потенціал розглядають також як здатність до певних дій (визначати, формувати, задовольняти, функціонувати чи досягати) [11, с. 40]

Відрізняється від розглянутих вище визначення дослідниці А. Гречан, згідно з яким потенціал підприємства «об'єднує в собі як просторові, так і часові характеристики, концентрує одночасно три рівні зв'язків і відносин: він відображає минуле, а саме сукупність властивостей, нагромаджених системою в процесі її становлення, і таких, що зумовлюють до її функціонування та розвитку в майбутньому, за допомогою сучасних можливостей» [12, с. 40]. Економічний потенціал підприємства доцільно розуміти як сукупність наявних ресурсів та можливостей їх трансформувати, щоб досягти економічних вигод. Пропонується виділити такі елементи економічного потенціалу підприємства: трудовий, виробничий, фінансовий, інноваційний та інформаційний. Інша група вчених категорію «потенціал підприємства» характеризують як сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників середовища бути спрямовані на реалізацію діяльності підприємства, метою якої є задоволення нових потреб суспільства [13].

Згідно з джерелом [14], вважається, що основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.

На думку Л.В. Скоробогатої, економічний потенціал підприємства – це сукупність органічно взаємопов'язаних ресурсів та їх здатність забезпечувати основні бізнес-процеси в заданих межах ризику з метою набуття економічних вигод [15].

Таблиця 2

Періодизація етапів теорії потенціалів

Період	Науковці	Характеристика потенціалу	Недоліки
Етап ортодоксального трактування потенціалу			
1920–1970 рр.	В. Вейц, К.Г. Воблій, В.С. Немчинов, С.Г. Струмилін	Потенціал визначався і досліджувався в основному на макорівні – рівні країни, суспільства в цілому, національної економіки, рідше – окремих галузей	Визначення потенціалу в основному базується на трудовій теорії вартості. Потенціал розглядається на макорівні. Не приділяється увага формуванню потенціалу підприємств
Етап ресурсного трактування потенціалу			
Кінець 1970 – початок 1990-х рр.	Л.І. Абалкін, В. Авдєнко, О.І. Анчишкін, В.М. Архангельський	Потенціал визначався як сукупність наявних ресурсів, засобів і запасів, що можуть бути залучені у виробничу діяльність підприємства	Обмеженість розуміння потенціалу підприємства лише рівнем його ресурсної бази (переважно матеріально-технічної і фінансової). Відсутність комплексного підходу до розкриття змісту потенціалу підприємства
Етап структурного підходу до трактування потенціалу			
Початок 1990 – кінець 2010-х рр.	Є.А. Бельтюков, А.Е. Воронкова, Л.А. Костирко, Н.С. Краснокутська, Є.В. Лапін, А.Н. Локшинов, О.І. Олексюк, І.М. Репіна, О.С. Федонін, В.І. Хом'яков	Поняття «потенціал підприємства» розширюється за рахунок таких складових, як організаційний, виробничий, фінансовий, кадровий та ін. Потенціал визначається як сукупність наявних і прихованих можливостей економічної системи	Залишається невизначеним сутнісне наповнення поняття «економічний потенціал підприємства». При визначенні складових потенціалу немає належної чіткості і послідовності, що значно ускладнює процес його оцінки
Етап стратегічного управління потенціалом			
2010 р. – дотепер	О.М. Анісімова, О.Б. Альохін, О.К. Добрикін, В.І. Довбенко, І.З. Должанський, Т.О. Загорна, І.А. Ігнат'єва, І.М. Карпейчик, Н.Б. Кирич, Б.М. Мізюк, О.О. Удалих, А.В. Череп, О.І. Гончар	Акцентування уваги на управлінні потенціалом, визначенні перспектив його розвитку	Невизначеність та розбіжності підходів щодо структурування потенціалу. Різнокритеріальні підходи щодо оцінювання потенціалу. Ототожнення трудового і кадрового потенціалів. Недостатність дослідження інтелектуальної та інформаційної складових потенціалу. Визначення можливостей потенціалу «мікрорівня» (підприємства) формувати і розвиватись на макро- і мезорівнях

У дослідженні В.В. Россохи потенціал підприємства – це сукупність наявних у економічного суб'єкта ресурсів і можливостей, які можливо використати для досягнення поставленої мети. Можливості підприємства розкриваються через ресурси, їхню оптимальну структуру й уміння раціонально використовувати територіальні особливості, природні умови, традиції, які склалися у виробничих відносинах, безпосередньо впливають на результативні показники виробничої діяльності й у сукупності визначають виробничу і комерційну спроможність суб'єкта господарювання [16].

На думку І.З. Должанського, Т.О. Загорної, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна, потенціал підприємства є реальною або ймовірною здатністю виконувати цілеспрямовану роботу [17]. Зокрема, зазначається, що для цілей аналізу потенціал підприємства доцільно поділяти на чотири категорії: базовий (забезпечує підприємству можливість досягти основних комерційних цілей, створити економічні цінності й одержати прибутки; пов'язаний з конкурентними перевагами підприємства); прихований (активи, що не є перевагою на сучасному етапі, але в перспективі можуть трансформуватись у базові кошти: кадровий потенціал, накопичений досвід роботи в певній сфері бізнесу); збитковий потенціал (характеризується нерациональними структурою управління, виробничим процесом, технологією, що зумовлює неефективне використання ресурсів підприємства); пересічний потенціал (наявність у підприємства активів, що забезпечують ефективне використання потенціалів).

Також ресурсний підхід описує М.В. Савченко, однак трактує економічний потенціал як складну економічну систему функціональних відносин між елементами реального і потенційного рівнів розвитку підприємства, що відбиває його готовність у певний час мобілізувати ресурсні можливості для досягнення поставлених цілей з максимальною ефективністю у процесі оптимальної взаємодії з зовнішнім середовищем [18].

В.І. Хо'мяков, І.В. Бакум дають таке визначення потенціалу: Потенціал – джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути приведені в дію, використані для вирішення якоїсь задачі, досягнення певної цілі, можливості окремої особи, суспільства, держави, підприємства в певній галузі [19, с. 11]. Базова структура потенціалу для усіх видів однакова і залежить від рівня втілення (наявний потенціал та потенціал розвитку), рівня використання (реалізований та нереалізований) та доцільності існування невикористаного потенціалу (резерв та надлишок). Така структура єдина і властива різним видам потенціалу [20].

Формуючи загальну структуру економічного потенціалу підприємства, потрібно врахувати такі класифікаційні ознаки, як елементний склад, функціональна сфера виникнення, спектр ухованих можливостей і спрямованість діяльності підприємства, а також міра реалізації потенціалу. Галузева ознака враховується під час формування структури конкретного підприємства. Український науковець О.І. Олексюк [21, с. 16] визначає потенціал підприємства як максимально можливу сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання (ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень.

Харківська наукова школа застосовує функціональний підхід до його визначення, поділяючи потенціал підприємства на виробничий, маркетинговий, фінансово-інвестиційний та інноваційний [22, с. 19]. Цей підхід не відтворює ринкову діяльність підприємства та не враховує можливості, що існують.

Російські автори у більшості своїх досліджень розрізняють виробничо-економічний потенціал підприємства та його ринковий потенціал. На їхню думку, ринковий потенціал являє собою максимально можливий обсяг реалізації при заданому рівні забезпеченості ресурсами [23, с. 73]. Нам здається, найбільш реальне визначення дав радянський вчений Л.М. Абалкін ще у далекому 1981 р., визначаючи потенціал як узагальнену «збірну» характеристику ресурсів, прив'язану до місця і часу [24, с. 75].

Загалом, усе це свідчить, що й досі домінує односторонній підхід до економічного трактування суті потенціалу – або як до сукупності ресурсів, або як до здатності господарської системи випускати продукцію, або як до можливості виробничих сил досягти певного ефекту [5, с. 245]. О.І. Гончар дає визначення потенціалу підприємства як здатності підприємства реалізовувати можливості щодо здійснення статутної діяльності, досягнення максимального позитивного результату та забезпечення розвитку [7, с. 37].

Указуючи на значення потенціалу на рівні підприємства, І. Ансофф зазначає, що «потенціал для досягнення цілей організації в майбутньому є одним з кінцевих продуктів стратегічного управління. Стосовно фірми цей потенціал полягає з боку «входу» – у фінансових, сировинних і людських ресурсах, інформації; а з боку «виходу» – виробленої продукції і послуг, випробуваних з точки зору потенційної прибутковості; з набору правил соціальної поведінки, дотримання яких дозволяє організації постійно добиватися своїх цілей» [25].

Взагалі, у сучасній зарубіжній економічній літературі поняття «потенціал» зустрічається рідко, натомість свого поширення набув науковий підхід, що базується на створенні здатностей найкращого використання конкурентних переваг. У свою чергу, концепція фірми, яка ґрунтується на ресурсному підході, вважається такою, що має описовий характер і не дає можливості досліджувати бізнес-процеси. Тому місце категорії «потенціал підприємства» витісняє поняття «динамічні здатності» (Dynamic Capabilities) [26]. Дана теорія гармонійно пов'язує поняття здатностей і можливостей фірми, а отже, втілює в собі основи управління потенціалом підприємства, оскільки, по-перше, враховує мінливість зовнішнього середовища фірми, наголошуючи на існуванні можливостей, а також на необхідності розвитку компетенцій-здатностей – знаходити і використовувати дані можливості. Динаміка – це здатність відновлювати компетенції відповідно до змін зовнішнього бізнес-середовища. Здатності підприємства – це ключова роль стратегічного менеджменту й адаптації, інтеграції та підтвердження організаційних і функціональних компетенцій для порівняння їх із вимогами мінливого зовнішнього середовища. Під динамічними здатностями слід розуміти можливості фірми інтегрувати, будувати і розпізнавати внутрішні та зовнішні компетенції відповідно до швидких змін зовнішнього середовища.

Такий підхід розглядається в рамках теорії динамічних здатностей, так званої «парадигми динамічних здатностей» (Dynamic Capabilities Paradigm), запропонованої Д.Дж. Тісом. Дана теорія «визначає, в якому напрямі слід розширяти існуючі внутрішні і

зовнішні компетенції фірми, аби відповідати змінам зовнішнього світу» [27]. Таким чином, ця концепція повністю співвідноситься з трактуванням потенціалу підприємства як реальної можливості, оскільки відображає її суть – здатність до розвитку дійсності. Тому вважаємо за необхідне дати визначення категорії «потенціал підприємства» з урахуванням зарубіжної наукової думки у наступній редакції: потенціал підприємства – це динамічна здатність підприємства реалізовувати свої можливості щодо здійснення господарської діяльності для досягнення максимального позитивного результату та інноваційного розвитку в нестабільному зовнішньому середовищі.

Трактування категорії потенціалу з позицій «можливостей» можна використовувати для характеристики:

- потенціалу основних засобів, нематеріальних активів та оборотних засобів підприємства;
- можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси в економічні блага або використовувати їх для досягнення встановленої мети;
- виробничого потенціалу підприємства, під яким розуміють сукупність наявних та потенційних можливостей по забезпеченню ресурсами виробництва.

Структурування економічного потенціалу підприємства дає змогу проаналізувати його елементи на кожному етапі, як під час формування, так і в ході функціонування підприємства та є початковою умовою для виділення його основних характеристик задля використання, розвитку, відтворення і нарощування потенціалу, формування його стану відповідно до поставлених завдань підприємства [28, с. 64].

Висновки. Потенціал підприємства може виступати інтегрованою та повною характеристикою розвитку підприємства, бо саме він є основою прийняття стратегічних рішень, визначає напрямки розвитку підприємства залежно від ринкових умов, обумовлює формування конкретної програми дій на перспективу, є базовим критерієм управління сучасним підприємством.

Складна ситуація на вітчизняних підприємствах у період гібридних війн із Російською Федерацією, відсутність необхідного розвитку і навіть стабільності відображає недостатньо враховані можливості чи нерационально використані ресурси, а в підсумку – невикористаний потенціал. Це зумовлює необхідність дослідження потенціалу підприємства, його сутності та структури для забезпечення стійких позицій підприємства на ринку, завоювання гарної репутації, виявлення можливостей підвищення конкурентоспроможності з урахуванням перспектив прибутковості та зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: Перун, 2002. – 1440 с.
2. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2002. – 952 с.
3. Этимологический словарь русского языка / Под ред. Н.М. Шаинского. – М., 1994. – 588 с.
4. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / За ред. Р. Дяківа. – К.: Книгодрук, 2000. – 704 с.
5. Гончар О.І. Еволюція категорії «потенціал підприємства» та її роль в економічних дослідженнях / О.І. Гончар // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – Т. 3. – С. 245–247.
6. Гончар О.І. Генезис теорії управління потенціалом підприємства / О.І. Гончар // Вісник Донецького національного університету. Серія В: економіка і право. – 2012. – Спецвип. – Т. 2. – С. 324–331.
7. Гончар О.І. Актуалізація управління потенціалом підприємства за умов євроінтеграції: монографія / О.І. Гончар. – Хмельницький: ХНУ, 2015. – 333 с.
8. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Репіна // Вісник Укр. акад. держ. управ. при Президентів України. – 1998. – № 2. – С. 262–271.
9. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навч. посіб.] / Н.С. Краснокутська. – К.: Центр учбової літератури, 2005. – 352 с.
10. Ремизова І.Н. Оценка и механизм активизации рыночного потенциала предприятия: дис. ... к.э.н.: спец. 08.00.05 / И.Н. Ремизова. – Белгород, 2000 184 с.
11. Тарасенко І.О. Оцінювання економічного потенціалу підприємства в контексті сталого розвитку / І.О. Тарасенко // Легка промисловість. – 2009. – № 4. – С. 40–43.
12. Гречан А.П. Методологічні основи розвитку легкої промисловості на інноваційних засадах: дис. ... д.е.н.: спец. 08.07.01 / А.П. Гречан. – К., 2005. – 459 с.
13. Калінеску Т.В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток: [монографія] / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2007. – 272 с.
14. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.] / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 261 с.
15. Скоробогата Л.В. Оцінка та технології обліку економічного потенціалу діяльності підприємств: дис. ... к.е.н.: спец. 08.06.04 / Л.В. Скоробогата; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2005. – 220 с.
16. Россоха В.В. Теоретико-методичні засади формування, розвитку та оцінювання виробничого потенціалу сільськогосподарського підприємства / В.В. Россоха. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 94 с.
17. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства: [навч. посіб.] / І.З. Должанський [та ін.]. – К.: Центр учбової літератури, 2006. – 362 с.
18. Савченко М.В. Управління економічним потенціалом промислових підприємств: дис. ... к.е.н.: спец. 08.06.01 / М.В. Савченко. – Харків, 2004. – 190 с.
19. Хом'яков В.І. Управління потенціалом підприємства / В.І.Хом'яков, І.В. Бакум. – К.: Кондор, – 2009. – 400 с.
20. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: [навч. посіб.] / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
21. Олексюк О.І. Управління потенціалом акціонерних товариств: автореф. дис. ... к.е.н. / О.І. Олексюк. – К., 2001. – С. 24.
22. Отенко І.П. Методологіческие основы управления потенциалом предприятия / И.П. Отенко. – Х.: ХНЭУ, 2004. – 216 с.
23. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия / Е.В. Попов. – М.: Экономика, 2002. – 600 с.
24. Абалкин Л.М. Диалектика социалистической экономики / Л.М. Абалкин. – М., 1981. – 351 с.
25. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф.; сокр. пер. с англ.; науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
26. Андреева Т.Е. Динамические способности фирмы: что необходимо, чтобы они были динамическими? / Т.Е. Андреева, В.А. Чайка // Вестн. С.-Петербург. университета. – 2006. – № 2(Р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gsom.ru.ru/niiim/publishing/papers/4/>.
27. Teece D.J. Dynamic capabilities and strategic management / David J. Teece, Gary Pisano, Amy Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. – № 18(7). – P. 509–533 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://pages.stern.nyu.edu/~eyoon/seminar/CrossDisciplinary/Teece.pdf>.
28. Коваль Л.В. Економічний потенціал підприємства: сутність та структура / Л.В. Коваль // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 690 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2010_690/11.pdf.

УДК 338.12.015

Давидюк Ю.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Житомирського державного технологічного університету

РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено ретроспективному аналізу впливу факторів макросередовища на діяльність молокопереробних підприємств за період 2005–2015 рр. Визначено домінуючі фактори впливу. З'ясовано реакцію молокопереробних підприємств на зміни умов функціонування, спричинених дією саме макросередовища.

Ключові слова: молокопереробні підприємства, макросередовище, фактори впливу, адаптація підприємства, конкурентоспроможність підприємства.

Давидюк Ю.В. РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена ретроспективному анализу влияния факторов макросреды на деятельность молокоперерабатывающих предприятий за период 2005–2015 гг. Определены доминирующие факторы воздействия. Описана реакция молокоперерабатывающих предприятий на изменения условий функционирования, вызванных действием именно макросреды.

Ключевые слова: молокоперерабатывающие предприятия, макросреда, факторы влияния, адаптация предприятия, конкурентоспособность предприятия.

Davydiuk Iu.V. RETROSPECTIVE ANALYSIS OF THE MACROECONOMIC FACTORS' IMPACT ON DAIRY ENTERPRISES' ACTIVITY IN UKRAINE

The article deals with a retrospective analysis of the macro factors' impact on dairy enterprises' activity during the period from 2005 to 2015. The dominant factors of impact are defined. The adaptation of dairy enterprises to changes caused by the macro factors' impact was identified.

Keywords: dairy enterprises, macroeconomic environment, macro factors' impact, adaptation of enterprise, competitiveness.

Постановка проблеми. В Україні молокопереробна галузь має високий потенціал, який недостатньо використовується на сьогоднішній день. Згідно з Меморандумом з економічного розвитку України, сьоме місце в оцінці можливостей стратегічного значення займає саме виробництво молочних продуктів [1].

Відповідно до специфіки, саме молокопереробна галузь (її стан, динаміка функціонування) знаходиться під суттєвим впливом факторів зовнішнього середовища, а особливо макросередовища, яке формується на рівні окремої країни і пов'язано зі зміною політики як внутрішньої, так і зовнішньої, законодавства, економічної ситуації тощо.

Варто зазначити, що між факторами зовнішнього середовища існує тісний взаємозв'язок: зміна одного з них призводить до відповідних зрушень в інших, що й створює динамізм ринкового середовища. Напряму дії та сила впливу факторів можуть мати різні значущість та спрямованість. Вони можуть підсилювати конкурентні позиції підприємства або ж їх послаблювати. Зважаючи на це, зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі, змушують підприємства певним чином на це реагувати та, як результат, приймати відповідні управлінські рішення, спрямовані на ефективне функціонування та подальший розвиток. Таким чином, для підвищення адаптованості підприємства до змін макросередовища та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вкрай необхідно передбачити напрям та характер такого впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численними працями провідних вітчизняних учених охоплений значний спектр проблемних питань у діяльності молокопереробних підприємств. Так, Т.Л. Мостенською, О.І. Драган, І.В. Сухою [2] окреслено проблеми розвитку підприємств молочної промисловості України та запропоновано напрями щодо підвищення їхньої конкурентоспроможності. В.В. Бондарець [3]

визначає загальні тенденції розвитку молокопереробних підприємств. Є.П. Гнатенко [4] здійснено оцінку та визначено фактори забезпечення економічної стабільності діяльності молокопереробних підприємств. Н.П. Карачиною [5] з'ясований характер розвитку вітчизняних підприємств, обумовлений переважно впливом комплексу факторів економічного, організаційного, культурно-етичного змісту. С.П. Ткачук та Д.К. Семенда [6] ідентифікували сучасний стан та перспективи розвитку молочного ринку України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зазначити, що згадані наукові праці сфокусовані переважно на питаннях, пов'язаних із набуттям молокопереробними підприємствами високого рівня конкурентоспроможності на ринках збуту, містять обґрунтування закономірностей перспектив стратегічного розвитку цих підприємств, що, на нашу думку, повною мірою не висвітлює природи проблеми ефективності діяльності підприємств, питання адекватного опису механізму їхньої адаптації на зміни умов функціонування, спричинені дією саме макросередовища.

Уважаємо, що зміни середовища господарювання, які відбувалися, відбуваються та можуть відбутися в майбутньому, вимагають подальших наукових досліджень. Це обумовлено також тим, що постійно зростає як кількість факторів макросередовища, які визначають ефективність діяльності підприємств, так і складність визначення такого впливу через якісні трансформації змісту цих факторів у часі. Тому для розроблення підходів до забезпечення високого рівня розвитку вітчизняних молокопереробних підприємств у нинішніх умовах та в майбутньому доцільним є дослідження впливу факторів макросередовища, що формували та формують ситуацію в молочної промисловості.

Мета статті полягає у проведенні ретроспективного аналізу впливу факторів макросередовища на

діяльність молокопереробних підприємств, визначенні результатів цього впливу на ефективність їхнього функціонування протягом певного періоду часу, ідентифікації всіх домінуючих факторів, з'ясуванні реакції підприємств на цей вплив та способів їхньої адаптації до змін умов господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Після господарсько-організаційних трансформацій в економіці, які відбувалися в Україні протягом 1991–2005 рр., станом на 2005 р. на ринку молочної продукції виділилися лідери не лише за обсягами виробництва, але й за здатністю впливати на попит, постачальників, роздрібні мережі, висуваючи свої вимоги до якості, транспортування та зберігання товарів. Частка молочної продукції в загальному випуску продукції харчосмакової промисловості становила 14,9%, що підтверджувало високий рівень економічного розвитку молокопереробних підприємств у 2005 р. порівняно з початком 2000-х років. Окрім того, на діяльність підприємств суттєвий вплив мало нормативно-правове середовище через прийняття законів України «Про безпечність та якість харчових продуктів» та «Про молоко та молочні продукти».

У 2006 р. зберігаються тенденції зростання обсягів виробництва та реалізації продукції молокопереробних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Проте з'явилися певні обмеження з боку країн-експортерів.

У 2007 р. вкрай очевидними стали обмежені потенційні можливості внутрішнього ринку молочної продукції, досить сильна конкуренція з боку провідних компаній. Це, своєю чергою, змусило керівництво вітчизняних підприємств шукати нові ринки збуту своєї продукції для максимально повного завантаження виробничих потужностей, зниження на цій основі собівартості продукції, досягнення масштабу більшої конкурентоспроможності в ціновій сфері та в кінцевому підсумку забезпечення стійкої прибутковості підприємства в довгостроковій перспективі.

Зважаючи на це, вкрай важливим став процес адаптації діючих вітчизняних стандартів до міжнародних вимог. Задля цього в 2007 р. з урахуванням позицій Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» у контексті вимог до застосування необхідних санітарних засобів, упровадження системи НАССР та/або інших систем забезпечення якості та безпечності продукції тощо в Україні був упроваджений стандарт ДСТУ ISO 22000:2007 «Система управління безпечністю харчових продуктів», що об'єднував ключові положення «7 принципів концепції НАССР» та «8 принципів ISO 9000:2000», а також елементи з ISO 14001:2004.

У 2007 р. відбувся вступ України до СОТ, який поєднувався як із певними перевагами для національної економіки (полегшення доступу до привабливих світових маркетингових ніш, вигоди для споживачів, підвищення глобального рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств), так і з недоліками (необхідність зменшення рівня протекціонізму щодо національного ринку, можливість підвищення вартості життя громадян та зростання рівня безробіття) [7]. Варто зазначити, що вимоги СОТ та ЄС до переробки промислової продукції молока від приватного сектору були доволі обґрунтованими. Адже без упровадження механізованого доїння корів із подальшим охолодженням молока на рівні домогосподарств практично неможливо було забезпечити якість та безпеку молока і молочної сировини.

У 2008 р. обсяги виробництва більшості молочних продуктів або скоротились, або залишилися на

рівні 2007 р. Спостерігалася тенденція щодо скорочення обсягів виробництва молочної продукції [8, с. 7]. Основними факторами, що обумовили таке скорочення, були: поступове нарощування обсягів імпорту, постійні обмеження на зовнішніх ринках збуту, зниження купівельної спроможності населення внаслідок подорожчання молочної продукції, фінансова криза [3].

Отже, суттєвий вплив у цей період мала й економічна складова макросередовища. Так, фінансова криза змусила всі підприємства переглянути свої інвестиційні плани. У цей період великі молокопереробні підприємства з метою скорочення витрат вдалились до призупинки виробництва, звільнення частини працівників, зняття з виробництва частини преміальних продуктів. Практично всі виробники молочних продуктів відчули дефіцит обігових засобів, адже в банках неможливо було взяти нові кредити, погіршилась платіжна дисципліна роздрібних мереж. Збереження ринкових позицій вимагало реконструкції асортименту: збільшення виробництва традиційних продуктів (питного молока, сиру, сметани) і зменшення обсягів виробництва продуктів преміальної групи – молочних десертів, йогуртів [9].

Варто виділити одну важливу тенденцію, яка мала місце протягом 2008–2010 рр.: прагнучи підвищити рентабельність свого бізнесу, великі молокопереробні заводи постійно знижували закупівельні ціни на сировину. Зрештою це призвело до адекватної відповіді з боку виробників молока – були створені міні-цехи для здійснення власного виробництва різних молокопродуктів, які успішно конкурували з великими переробниками на локальному рівні.

У 2009 р. продовжується скорочення виробництва молочних продуктів по всіх позиціях: було вироблено на 7% менше молочної продукції, ніж у 2008 р., хоча, незважаючи на кризу, катастрофічного падіння споживання молочних продуктів в Україні не відбулось [10].

У 2010 р. ситуація щодо скорочення обсягів виробництва молочної продукції зберігається, що спричиняє суттєві зміни в кількості та структурі промислових підприємств, що її виробляють. Так, виробництво молочної продукції скоротилась до 12% при загальному обсязі реалізованої продукції 23,1 млрд. грн. [3]. Своєю чергою, кількість стабільно функціонуючих молочних підприємств скоротилась до 210 одиниць. Серед них лише половину можна віднести до категорії крупних. На фоні закриття малих та середніх підприємств великі оператори молочного ринку продовжують нарощувати концентрацію виробництва [11].

У серпні 2010 р. мало місце зростання цін на молочну сировину в середньому на 35–40% порівняно із попередніми періодами. Це позначилось як на відпускних, так і на роздрібних цінах на молочну продукцію. У результаті відбулося зниження споживання молочних продуктів.

У 2011 р. на переробку надійшло 4,2 млн. т молока (50% – від населення і 50% – від сільськогосподарських підприємств). Варто відмітити, що протягом 2009–2011 рр. значна увага приділялася забезпеченню стабільної якості молока від населення. Молокопереробні компанії інвестували великі кошти в обладнання з охолодження і належного транспортування молока від населення. Крім того, спостерігалось не тільки створення кооперативів, а й спеціально обладнаних пунктів для збору сировини від населення.

В осінньо-зимовий період 2011 р. мало місце зниження ціни як наслідок попереднього стрибка цін.

У серпні та ж сама ситуація – збільшення цін на сировину, у результаті споживання молочної продукції скорочується. На цьому фоні відбувалося і протистояння з Росією щодо якості українських твердих сирів. У результаті переробні підприємства, які виробляли сир і завжди пропонували кращу закупівельну ціну, також почали знижувати ціни. Саме тому у 2012 р. відбулося найбільш різке зниження цін у порівнянні з 2010 і 2011 рр.

Окрім того, у 2011 р. відбулася зміна механізму дотацій, тоді ж вступив у дію Закон України «Про молоко й молочні продукти». Приблизно 1 млн. т молока, яке надійшло на переробку, не потрапило в декларацію підприємств для начислення дотацій у спецфонд, так як було використано на виготовлення молоковісних продуктів.

У 2012 р. зберігається тенденція скорочення обсягів виробництва молочної продукції. У першій половині року мало місце обмеження імпорту українських твердих сирів до Росії, яке отримало назву «сирна війна», приводом до початку якої стала заява про низьку якість твердих сирів українського виробництва. Але у результаті протистояння була підтверджена висока якість твердих сирів українського виробництва. Тим не менше, орієнтовні втрати українських виробників від невиконаного експорту склали біля \$300 млн. Окрім того, відбулося зменшення цін на закупівлю молока у населення внаслідок падіння попиту на нього.

У 2014 р. найвпливовішим фактором впливу на розвиток молокопереробної галузі був саме зовнішній ринок. Український молочний ринок традиційно знаходиться у прямій залежності від загальносвітових тенденцій. У цей період саме цінова ситуація для виробника складається позитивно: зростання попиту на молочну продукцію, збільшення цін на кормову складову та енергоносії [6, с. 340]. Водночас за існуючого цінового тренду на внутрішньому ринку створено умови для збільшення пропозиції імпоротної продукції.

У 2015 р. збільшення попиту на молочну продукцію зупинилося. На це вплинули анексія Криму та окупація східних територій України; падіння курсу національної валюти; подорожчання як імпортих, так і вітчизняних товарів, транспортних витрат, комунальних послуг тощо. У результаті були втрачені не тільки виробники, але й споживачі, купівельна спроможність населення впала, скоротилися поголів'я корів, виробництво молока, продаж молокопродуктів. Проте, незважаючи на кризові явища, імпорт молокопродуктів в Україну зростає швидше, ніж експорт. Основу імпорту склали екзотичні сири, які не виробляються в Україні.

Варто зазначити, що за досліджений період специфічним фактором впливу на стан молокопереробної галузі, який діяв на постійній основі, є природнокліматичне середовище, що й обумовлює сезонний характер виробництва і переробки молока, наявність або відсутність кормової бази для поголів'я скота.

Таблиця 1

Домінуючі фактори впливу макросередовища на розвиток молокопереробних підприємств України в 2005–2015 рр.

Рік	Домінуючий фактор макросередовища	Результат впливу
2005	Економічне середовище Нормативно-правове середовище	Економічне зростання молокопереробних підприємств. Поява та ефективне функціонування підприємств-лідерів з потужною виробничою інфраструктурою, власними роздрібними мережами, стабільними обсягами виробництва та збуту. Створено правові передумови для забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються, знаходяться в обігу, імпортуються, експортуються. Закладено організаційно-правові основи забезпечення безпечності та якості молока і молочних продуктів для здоров'я та життя населення і довкілля під час їх виробництва, транспортування, переробки, зберігання і реалізації, увезення на митну територію та вивезення з митної території.
2006	Зовнішньоекономічне середовище	Зменшення обсягів експорту молочної продукції, зокрема твердих сирів, до Росії.
2007	Економічне середовище Нормативно-правове середовище Міжнародне середовище	Пошук вітчизняними товаровиробниками нових ринків збуту молочної продукції, переважно зовнішніх. Упровадження стандарту ДСТУ ISO 22000:2007 «Система управління безпечністю харчових продуктів», який регламентує вимоги до якості та безпечності продукції харчової промисловості на кожному етапі харчового ланцюга. Вступ України до СОТ.
2008	Економічне середовище Міжнародне середовище	Скорочення обсягів виробництва молочної продукції внаслідок зростання обсягів імпорту. Активне створення на місцевих рівнях міні-цехів із виробництва різних молокопродуктів. Зміна структури асортименту молочної продукції на користь традиційної. Зміна макроекономічних показників країни в результаті світової фінансово-економічної кризи.
2009	Економічне середовище	Зберігаються тенденції зі скорочення виробництва молочних продуктів по всіх позиціях.
2010	Економічне середовище	Подорожчання молочної сировини. Зростання цін на молочну продукцію. Зниження обсягів споживання молочних продуктів. Скорочення обсягів виробництва. Зменшення кількості молокопереробних підприємств.
2011	Нормативно-правове середовище	Дія прийнятих стандартів призвела до підвищення якості молочної сировини. Збільшення випуску молоковісних продуктів унаслідок зміни механізму дотацій та дії Закону України «Про молоко й молочні продукти».
2012-2013	Зовнішньоекономічне середовище	«Сирна війна» із Росією. Кризові явища як у домогосподарствах, так і в молокопереробних підприємствах.
2014	Економічне середовище Міжнародне середовище	Зростання попиту на молочну продукцію на зовнішніх ринках збуту. Стабілізація фінансово-економічного стану провідних підприємств галузі.
2015	Зовнішньоекономічне середовище Економічне середовище	Утрата традиційних ринків збуту. Скорочення поголів'я корів та виробництва молока. Зменшення обсягів продажу молокопродуктів. Збитковість молочного скотарства як результат кризових явищ в економіці.

Джерело: власна розробка автора

У результаті дії цього фактора відбувалося коливання закупівельних цін на молочну сировину, що й спричинило істотні економічні втрати аграріїв. Узагальнені результати проведеного дослідження представимо за допомогою табл. 1.

Уважаємо, що з'ясована реакція на вплив факторів макросередовища є наслідком цілого ряду проблемних моментів, які, на нашу думку, обумовлюють ситуацію та стримують розвиток підприємств молокопереробної галузі в Україні: кризові явища, які обумовлені та/або є наслідком відсутності дієвої ринково орієнтованої системи господарювання, яка б відповідала специфіці діяльності молокопереробних підприємств; відставання кормової бази від потреб тваринництва; відсутність економічних зв'язків між виробниками молока і переробниками молочної сировини; висока собівартість збору молока та низька якість продукції в господарствах населення; неврегульованість системи ціноутворення; недосконалість фіскальної політики; недосконалість чинного законодавства; відсутність ефективних цільових програм розвитку і підтримки галузей, орієнтованих на зовнішні ринки.

Як результат адаптації молокопереробних підприємств до впливу факторів макросередовища, сформувався такі явища: 1) суттєві зміни в операційних процесах; 2) укорочення життєвого циклу продукції та розширення асортименту; 3) ускладнення технології виробництва; 4) нові підходи щодо виробничого планування, розміщення виробничих підрозділів та обладнання; 5) поява операційних систем, що здатні діяти в умовах зменшення обсягів виробництва продукції, тощо.

Щодо особливостей діяльності молокопереробних підприємств у 2016 р., то варто відмітити, що домінуючий вплив на їхню діяльність спричинятиме не тільки економічне середовище, а й нормативно-правове – унаслідок прийняття змін до Податкового кодексу і бюджету на 2016 р. (ліквідовано певні пільги щодо сплати ПДВ, збільшено розмір фіксованого сільськогосподарського податку тощо). Крім того, актуальним питанням для переробників молока буде залишатися діяльність на зовнішніх ринках. Зокрема, торгівля як із країнами Митного союзу (дія зовнішньоекономічного середовища), так і з країнами ЄС, незважаючи на те що 10 провідним українським підприємствам надано дозвіл постачати молочні продукти європейським споживачам (дія міжнародного середовища).

Як спосіб адаптації молокопереробних підприємств до змін умов господарювання можна прогнозувати подальше скорочення кількості виробників

молочної продукції. Зусилля провідних молокопереробних підприємств будуть зосереджені на подальшому розвитку асортименту і торгових марок, поширення європейської практики господарювання.

Висновки. Результати ретроспективного аналізу доводять, що саме від можливості передбачати суть та характер впливу глобальних факторів макросередовища на поточну діяльність молокопереробних підприємств залежить своєчасність ідентифікації чинників ризику та загроз при прийнятті управлінських рішень, здатність швидкої адаптації до зміни умов господарювання, що є запорукою ефективного функціонування, розвитку та досягнення високого рівня конкурентоспроможності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегічний вибір щодо прискорення та підтримки зростання в Україні. Меморандум з економічного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.worldbank.org>.
2. Мостенська Т.Л. Системне забезпечення конкурентоспроможності підприємств м'ясної і молочної промисловості України: [монографія] / Т.Л. Мостенська, О.І. Драган, І.В. Суха. – К.: Нац. ун-т харчових технологій, 2010. – 267 с.
3. Бондарець В.В. Тенденції розвитку молокопереробних підприємств / В.В. Бондарець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journal.udau.edu.ua/assets/files/85/eko/ukr/40_00000000.pdf.
4. Гнатенко Є.П. Оцінка економічної стабільності функціонування молокопереробних підприємств / Є.П. Гнатенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_137/13.pdf.
5. Карачина Н.П. Моделювання економічної поведінки підприємства на рівні мікроекономічного аналізу / Н.П. Карачина // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 214–222.
6. Ткачук С.П. Сучасний стан та перспективи розвитку молочного ринку України / С.П. Ткачук, Д.К. Семенда // Науковий вісник Національного університету біоресурсів та природокористування / Редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) [та ін.]. – 2012. – Вип. 177. – Ч. 1. – С. 338–344.
7. Світова організація торгівлі (СОТ) – правова та інституціональна основа світової торговельної системи / Українська асоціація імпортерів та експортерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uaie.org>.
8. Саблук П.Т. Состояние и перспективы развития агропромышленного комплекса Украины / П.Т. Саблук // Экономика Украины. – 2008. – № 12. – С. 4–18.
9. Куда инвестировать в 2010 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrindprom.com>.
10. Чагаровский В. У нас нет молока, о котором заявляет наша статистика / В. Чагаровский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agroconf.org/content/u-nas-net-moloka-o-kotom-zayavlyayet-nasha-statistika-vadim-chagarovskiy>.
11. Гохберг О.Ю. Конкурентоспособность бизнеса: теоретико-методологические основы анализа / О.Ю. Гохберг // Вісник Львівської державної фінансової академії. – 2010. – № 18. – С. 50–57.

УДК 338.242

Даниленко-Кульчицька В.А.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного бізнесу і туризму
Тернопільського національного економічного університету

ДО ПИТАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ВЗАЄМНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ УЧАСНИКІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано взаємовідносини, які виникають між учасниками туристичного ринку України. Розглянуто особливості регулювання взаємних зобов'язань учасників туристичної діяльності в Україні. Доведено, що сторони – учасники туристичної діяльності, фіксуючи взаємні зобов'язання, можуть скористатися на вибір кількома варіантами договорів. Систематизовано та класифіковано договори, якими регулюється надання туристичних послуг.

Ключові слова: туристична діяльність, туристичний ваучер, договір, туристичний оператор, туристичний агент, турист, перевізник, готель.

Даниленко-Кульчицкая В.А. К ВОПРОСУ О РЕГУЛИРОВАНИИ ВЗАИМНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ УЧАСТНИКОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

В статье проанализированы взаимоотношения, возникающие между участниками туристического рынка Украины. Рассмотрены особенности регулирования взаимных обязательств участников туристической деятельности в Украине. Доказано, что стороны – участники туристической деятельности, фиксируя взаимные обязательства, могут воспользоваться на выбор несколькими вариантами договоров. Систематизированы и классифицированы договоры, которые регулируют предоставление туристических услуг.

Ключевые слова: туристическая деятельность, туристический ваучер, договор, туристический оператор, туристический агент, турист, перевозчик, отель.

Danylenko-Kulchytska V.A. THE ISSUE REGULATION MUTUAL OBLIGATIONS PARTICIPANTS OF TOURISM IN UKRAINE

It is analyzed the relationship arising between the parties to the tourist market of Ukraine and features of regulation of mutual obligations of the participants of tourism in Ukraine. It is proved that the parties participating in tourism activities, fixing the mutual commitments can use to choose from several options contracts. Systematized and classified contracts governing the provision of travel services.

Keywords: tourist activities, travel voucher, contract, tour operators, travel agents, tourist, carrier hotel.

Постановка проблеми. Туристична діяльність в Україні характеризується складною структурою господарських зв'язків між її учасниками. Ці зв'язки регулюються системою взаємних зобов'язань та договорів, які укладаються між учасниками туристичної діяльності. Актуальності статті надає той факт, що не всі відносини, які виникають між учасниками туристичної діяльності в Україні, законодавчо врегульовані, а деякі норми туристичного законодавства взагалі суперечать одна одній. Автор вважає за доречне систематизувати сукупність договорів, які мають місце у вітчизняній туристичній діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання регулювання взаємних зобов'язань учасників туристичного ринку розглядалися у дослідженнях таких авторів, як Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андреева Г.П., Зеленська О.О. та ін. У працях вищезазначених вчених описувалися варіанти угод, які укладаються між учасниками туристичної діяльності, проте вони не робили спроб розглянути ці угоди як основу взаємовідносин між учасниками туристичного ринку та систематизувати їх.

Мета статті полягає в аналізі та систематизації існуючих договорів, якими регулюється туристична діяльність в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Договірні відносини в туризмі регулюються спеціальним та загальним законодавством України, а також рядом міжнародних документів.

Базою туристичного законодавства різних країн, у тому числі й України, є низка міжнародних конвенцій і кодексів. Наприклад, при укладанні договору на туристичне обслуговування й агентської угоди використовуються положення Конвенції по контракту на подорож. У даній Конвенції, яку ухвалили у 1970 р. на міжнародній конференції у Брюсселі, розгляда-

ються контракти двох видів: з організатором подорожі та з посередником на організацію подорожі. У контракті туриста з організатором подорожі обґрунтовується, що туристична фірма зобов'язується надати клієнтові на платних умовах комплекс послуг з транспортування, проживання та іншого обслуговування під час подорожі. Згідно з контрактом із посередником, останній зобов'язується організувати подорож клієнту на платних умовах. Повноваження та відповідальність туристичних посередників, які укладають контракти з туристами від імені організаторів подорожі, обмежуються договором-дорученням.

Угоди з готелями укладаються на основі Кодексу і положень Міжнародних готельних правил. Міжнародну конвенцію по контрактах між власниками готелів та бюро подорожей було ухвалено у 1970 р. Генеральною асамблеєю Всесвітньої федерації асоціацій туристичних агентств та радою Міжнародної готельної асоціації (починаючи з 1993 р. має назву Кодексу відносин між готелями й турагентствами Всесвітньої федерації асоціацій турагентств і Міжнародної готельної асоціації). Її завданням було регулювання виконання угод між туристичними підприємствами та власниками готелів. Зокрема, Конвенцією регулюються питання бронювання та оплати готельних послуг, термінів та умов замовлень, виплати компенсацій і винагород, взаємних зобов'язань туристичних підприємств та власників готелів, а також вирішення спорів. Положення Конвенції носить міжнародний характер. Конвенцією визначено два види готельних контрактів: для індивідуальних клієнтів та для груп клієнтів.

Правила організації лінійних і чартерних авіаперевезень, реєстрації суден і взаємовідносин перевізника й замовника, при організації залізничних перевезень регулюються: положеннями Варшавської

(1929 р.) та Чиказької (1946 р.) конвенцій, Міжнародною конвенцією по контракту на подорож (1970 р.), Конвенцією про статус і свободу транзиту (1921 р.), Європейською угодою про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами (1982 р.).

Однак передусім туристичні фірми керуються нормами національного законодавства. У кожній країні існують свої законодавчі акти, що регулюють туристичні відносини, включаючи і договірні відносини у сфері туризму (табл. 1).

Основоположним спеціальним законодавчим актом у сфері туризму, що регулює в тому числі і договірні відносини, є Закон України «Про туризм». Даний Закон, окрім всього іншого, визначає терміни, що використовуються в туризмі, види туризму та учасників, між якими виникають договірні відносини. Спеціальними є також Ліцензійні умови здійснення туроператорської та турагентської діяльності.

Загальне законодавство України у сфері туризму включає Конституцію України, яка визначає основні права і свободи людини, Господарський кодекс, що регулює підприємницьку діяльність, Цивільний кодекс у частині п'ятій «Зобов'язальне право», в якій визначено особливості різних видів договірних відносин, а також ряд законів України, зокрема: «Про захист прав споживачів»; «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України»; «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»; «Про страхування» тощо.

У процесі здійснення туристичної діяльності між турагентом та туристом виникають відносини, суть яких полягає в наданні послуг однією стороною іншій. Відповідно, між ними виникають зобов'язання, які засвідчуються договором на туристичне обслуговування. Даний договір є різновидом договору про надання послуг. У ст. 901 Цивільного кодексу України сказано, що за договором про надання послуг одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається в процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності, а замовник зобов'язується оплатити виконавцеві зазначену послугу [7]. Договір на туристичне обслуговування засвідчує, що одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт) [5]. Він укладається в письмовій або електронній формі, і

в ньому обов'язково повинні зазначатися наступні моменти: період перебування у місці надання послуг; особливості транспортування, проживання та харчування; програма туристичного обслуговування; інформація про склад туристичної групи; інформація про екскурсійне обслуговування; інформація про страхування; особливості в'їзду до місця надання послуг та правила перебування в ньому; вартість, порядок оплати та форма розрахунку за туристичне обслуговування.

Особливістю договірних взаємовідносин між туристом і туристичною організацією є те, що туристична організація продає туристові не послугу як таку, а лише право одержати в певний час і в певному місці послуги, які надаватимуться іншими організаціями (перевезення, розміщення туриста тощо). Таке право оформляється у вигляді туристичного ваучера (путівки), який і купує турист. Даний документ, який підтверджує право туриста на отримання туристичних послуг, може бути як окремим документом, так і додатком до основного договору або не використовуватися взагалі. В останньому випадку відносини між турагентом та туристом обмежуються виключно укладанням договору на туристичне обслуговування.

Після оплати туристом вартості туру туристична фірма видає йому квитки на перевезення та ваучери на проживання і харчування.

До договору та ваучера можуть додаватися інформація про правила поведінки під час подорожі та можливі ризики, які можуть виникати, програма подорожі, буклети, каталоги та проспекти із зображенням визначних місць, які варто відвідати, карти тощо.

Удосконаленим варіантом туристичного ваучера є так званий міжнародний туристичний ваучер – окремий документ, право видачі якого має туристична фірма, яка є членом або Національної асоціації туристичних фірм або Всесвітньої федерації асоціацій туристичних агентств (ФУААВ). Міжнародний туристичний ваучер відрізняється від звичайного тим, що він не лише підтверджує право туриста на туристичні послуги, а й служить для бронювання готельних номерів, резервування квитків та інших послуг, які вимагають попередньої оплати. Для туристичної фірми видача такого ваучера вигідна й тим, що він визнається і приймається обслуговуючими фірмами в усьому світі, а це позбавляє туристичні фірми необхідності укладати з ними угоди.

Таблиця 1

Особливості законодавчих актів, що регулюють туристичні відносини в різних країнах

Країна	Закони, що регулюють туристичну діяльність	Особливості
США	«Про міжнародний туризм», 1961 р. «Про Національну політику в сфері туризму», «Про політику у сфері туризму та розвитку експорту», 1992 р.	
Бельгія	«Про діяльність турагентств та осіб туристських професій», 1994 р.	Серед іншого визначає умови укладання контракту на поїздку
Фінляндія	«Про суб'єктів, що мають право на продаж турів», «Про тури і заняття туристичною діяльністю», Постанова уряду «Про заняття туристичною діяльністю»	Регулюють відносини, які виникають між туристом і туристичною організацією
Франція	«Про туризм»	Визначає умови здійснення туристичної діяльності для різних її учасників
Росія	«Про основи туристичної діяльності у Російській Федерації»	
Іспанія	«Про компетенції в галузі туризму», Декрет «Про діяльність приватних туристських підприємств», 1965 р., «Про комбіновані подорожі», 1996 р.	Регулює відносини між туристом і організацією – продавцем туристичних послуг
Україна	«Про туризм», «Про захист прав споживачів»; «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України»; «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»; «Про страхування» тощо.	Визначає терміни, що використовуються в туризмі, види туризму, та учасників, між якими виникають договірні відносини.

Між туроператором і турагентом можуть укладатися наступні види договорів: договір доручення; договір франчайзингу; договір про партнерство; договір комісії; агентський договір.

Договір доручення – це такий вид договору, який передбачає, що одна сторона (та, якій доручається) зобов'язується здійснити від свого імені, але за рахунок іншої сторони (доручителя) певні дії. При цьому за виконані належним чином дії доручитель сплачує довірній особі винагороду. Зазвичай такий тип договору укладається, якщо турагент виконує представницькі функції від імені туроператора, який сам не має представництва на певній території.

Договір франчайзингу – це такий вид договору, який передбачає, що одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) власний товарний знак, фірмовий стиль, технологію вдення бізнесу тощо.

Договір про партнерство – це такий вид договору, який передбачає, що турагент отримує право діяти від імені туроператора, отримуючи за це додаткову винагороду, а туроператор указує його як основного партнера у здійсненні продажів турпродукту, сформованого ним, тим самим рекламуючи турагента.

Договір комісії – це такий вид договору, який передбачає, що одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням іншої сторони (комітента) укладати угоди від свого імені, але за рахунок комітента за винагороду. Недоліком цього виду договору є те, що він укладається на короткий період, разово.

Головним договором, який укладається між туроператором і турагентом найчастіше, є агентський договір. На відміну від договору комісії такі договори укладаються на тривалий період і передбачають надання послуг турагентом туроператору з моменту укладання договорів на туристичне обслуговування від його імені та за його рахунок. Даний договір є двостороннім і оплатним.

Розмір винагороди турагенту обов'язково фіксується в договорі. Вона виплачується турагенту за посередницькі послуги, здійснені ним в інтересах туроператора, і може розраховуватися або як відсоток від ціни туру, установлені туроператором, або як винагорода для посередника (найчастіше використовується у світовій туристичній практиці).

Агентським договором має обов'язково визначитися форма підтвердження повноважень турагента. Сторонами узгоджуються предмет, ціна, термін дії договору, а також права та обов'язки сторін, умови і розмір винагороди, санкції у разі порушення сторонами умов договору.

З метою організації обслуговування туристів під час подорожі туристична фірма укладає угоди з підприємствами, які допомагають сформувати туристичну послугу: готелями, закладами харчування, транспортними організаціями, організаторами екскурсійного обслуговування, закладами дозвілля тощо.

Із готелем та іншими засобами розміщення туристів туристичний оператор може укласти агентський договір або договір оренди. Укладаючи договір оренди, туроператор тим самим отримує у користування готельні номери або інші засоби розміщення, які він може включати у власний пакет туристичних послуг за вигідною для себе ціною. Цей договір вигідний також і для готелів, оскільки ризики, пов'язані із простоєм номерів, туроператор бере на себе. У договорі з готелем обумовлюються порядок бронювання та анулювання номерів, поселення та розрахунків, а також гарантії готелю щодо якості послуг. Як правило, туроператор укладає з готелем

такі види угод: угода про купівлю певної частини місць з їх обов'язковою оплатою; угода на певну частку місць (з гарантією заповнення); угода на певну частку місць (без гарантії заповнення); угода про поточне бронювання.

Угода про купівлю певної частини місць з їх обов'язковою оплатою передбачає, що готель виділяє туристичному оператору певну кількість номерів, які той зобов'язується оплатити на 100% незалежно від їх заповнення. Готель надає місця за дуже низькою ціною.

Угода на певну частку місць (з гарантією заповнення) передбачає, що готель виділяє туристичному оператору певну кількість номерів, які той зобов'язується оплатити на 50–80%, а решту має право анулювати без оплати, якщо ті не будуть заповнені. Готель надає місця за нижчою ціною ніж звичайно.

Угода на певну частку місць (без гарантії заповнення) передбачає, що хоча готель і виділяє туристичному оператору певну кількість номерів, але у випадку їх незаповнення вони просто анулюються. Готель надає місця за звичайною ціною.

Угода про поточне бронювання передбачає, що готель взагалі не виділяє туристичному оператору номерів, туроператор звертається із запитом до готелю і у випадку наявності вільних місць здійснює бронювання. Бронювання передбачає надіслання запиту до готелю, який містить вимоги щодо категорії номеру і терміну перебування і отримання підтвердження, яке дозволяє вважати номер заброньованим. Бронювання можливо по телефону, Інтернету, факсу та з допомогою інших способів. Можливі разові договори під конкретну групу.

Окремі угоди туроператор укладає із закладами харчування. Такі угоди укладаються в тому випадку, якщо передбачається харчування туристів за межами закладів розміщення (наприклад, у дорозі, на екскурсіях тощо). У договорі із закладом харчування прописується розмір групи, яка буде харчуватися, тип харчування, меню, вартість харчування, можливі знижки, час харчування тощо.

Щодо угод із транспортними організаціями (перевізниками), то туристична компанія може укладати з ними чотири види договорів: агентський договір; договір оренди; договір перевезення; договір фрахтування.

Укладення агентського договору передбачає, що туристичний оператор виступає агентом, який за дорученням принципала (перевізника) укладає договір перевезення вантажу та пасажирів від імені та за рахунок перевізника. Квиток є підтвердженням укладання даного договору.

Договір оренди передбачає надання транспортного засобу у тимчасове користування і укладається він між туристичним оператором і власником транспортного засобу.

Договір перевезення укладається між туристичним оператором і перевізником з приводу надання послуг перевезення. Також такий договір може укладатися між перевізником і туристом, у цьому випадку туристична організація виступає представником туриста (пасажира).

Договір фрахтування (чартеру) укладається між туристичним оператором і власником транспортного засобу з приводу надання останнім за плату всю або частину місткості транспортного засобу для перевезення вантажів або пасажирів.

Окрім того, існують певні відмінності у договірних відносинах у залежності від виду транспорту. Так, з авіакомпаніями туристичні фірми можуть укладати угоди трьох типів:

1. угода купівлі-продажу, яка передбачає виділення певної кількості місць (квоти) туроператору на регулярних авіарейсах. Квота буває у «жорсткому» варіанті, коли туристична фірма сплачує їх вартість повністю, незалежно від того, вдалося реалізувати всі виділені місця чи ні, і у «м'якому» варіанті, коли турфірма може відмовитися від виділених місць через нереалізацію путівок. У такому випадку непродані у встановлений термін місця повертаються авіакомпанії для реалізації.

Угода купівлі-продажу обов'язково має включати інформацію про розклад турів із указанням місць призначення, термінів подачі заявок і викуплення квитків а також анулювання заявок («м'який варіант»), кількість місць, види тарифів, знижки, пільги, порядок повернення авіаквитків тощо;

2. агентська угода з авіакомпанією, що надає туристичній фірмі право реалізовувати авіаквитки, виступаючи в якості агента даної авіакомпанії. Туристичний оператор у даному випадку виконує роль «авіакаси», яка випишує квитки, що прискорює оформлення документів.

Агентська угода має включати інформацію про те хто забезпечує обладнання та документацію для продажу квитків та здійснює підготовку людей, які працюватимуть на ньому. Також вона містить пункти про обсяги, ціну та обмеження продажу авіаквитків, умови їх оплати, реклаमाції та повернення невикористаних, порядок звітності туристичної фірми перед авіакомпанією, розміри комісійної винагороди.

Чартерна угода або угода на оренду літака під чартерні рейси, які фірма реалізує під власні тури. Чартерна угода має містити інформацію про тип і марку літака, вимоги щодо нього, кількість місць, що підлягають продажу, маршрут (із указанням аеропортів вильоту та прибуття), термін дії угоди, розклад руху, терміни скасування рейсу, вартість оренди, вартість першого та останнього (так званих «пустих» перельотів (без пасажирів)).

Угоди із залізницею можуть бути трьох типів:

1. угоди, що передбачають надання квоти місць у потягах, що рухаються за графіком;
2. угоди, що передбачають поточне бронювання на певні потяги;
3. угоди на оренду спеціалізованого туристично-екскурсійного потягу.

Сьогодні перші два типи угод не мають значного розповсюдження, значно скоротилося й використання спеціальних потягів. В угоді на оренду спеціалізованого туристично-екскурсійного потягу обов'язково зазначається вартість оренди вагонів і вагону-ресторану, маршрут і терміни зупинок, термін усієї подорожі, вартість проїзду, терміни відмови від подорожі, кількість змін білизни та умови організації додаткового обслуговування (чай, сніданки у купе тощо).

З автотранспортним підприємством туристична організація укладає договір оренди транспортного засобу з екіпажем (водіями). За цим договором орендодавцем виступає автотранспортне підприємство, а орендарем – туристичний оператор, якому надається

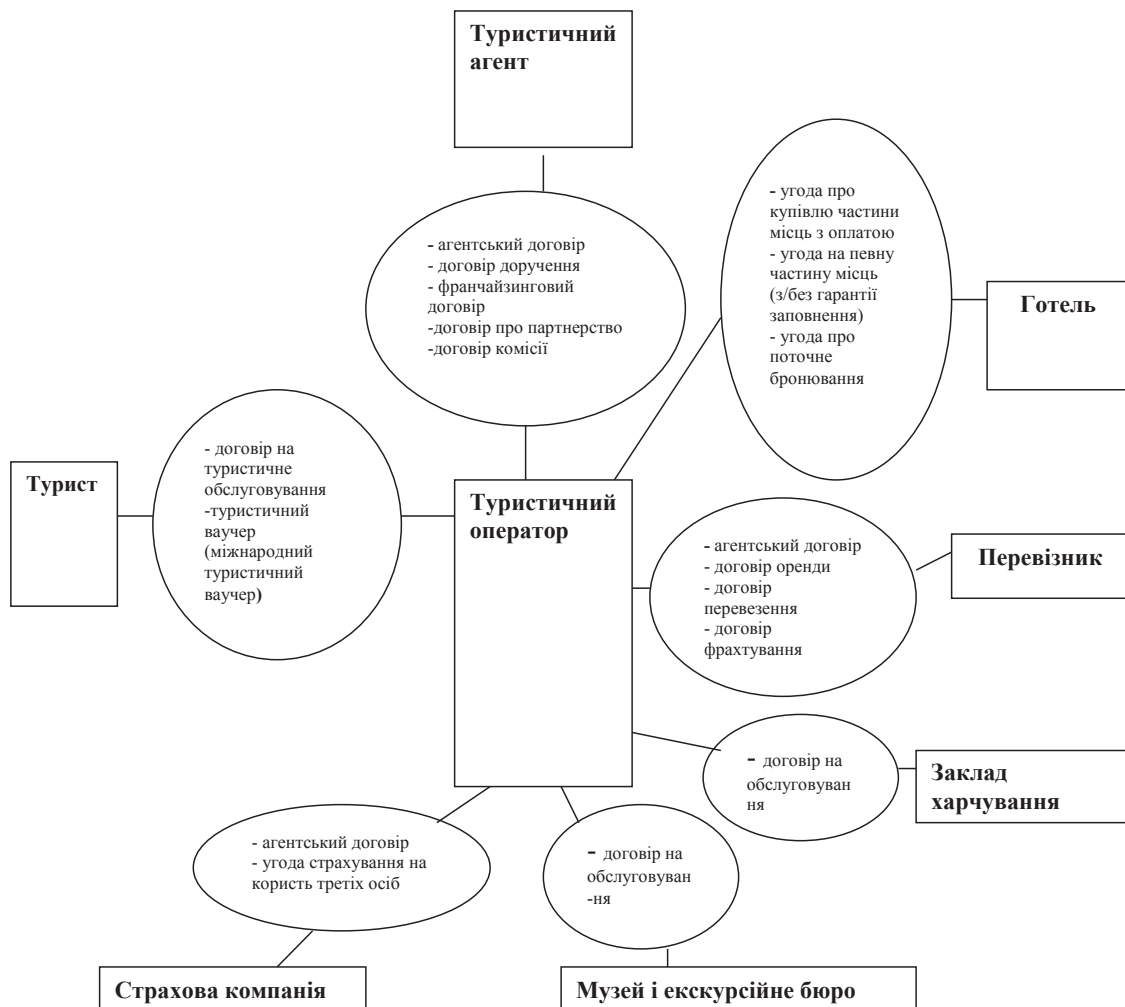


Рис. 1. Взаємозв'язок між договорами, які мають місце у туризмі

транспортний засіб за плату у тимчасове володіння, а також надаються послуги по його експлуатації. Аналогічний договір оренди турфірма укладає із автотранспортним підприємством, якщо передбачається оренда транспортного засобу без водія (автомобіля для туриста).

Туристична фірма може укласти договори на обслуговування туристів спеціалізованими екскурсійними бюро та музеями. В угодах такого типу передбачаються терміни обслуговування, квота квитків, перелік і тематика екскурсій, кількість екскурсантів у групах, терміни подачі та ануляції замовлень, ціни й пільги.

Туристична фірма також укладає договори з іншими постачальниками послуг, серед яких заклади спорту та відпочинку, місцевого транспорту тощо.

З метою захисту і безпеки туристів туристичні організації вступають у договірні відносини зі страховими компаніями. Між ними і туристичними організаціями можливо укладення двох типів угод: агентська угода, яка передбачає, що туристичний оператор виступає страховим агентом і надає послуги зі страхування туристів; угода страхування на користь третіх осіб (туристів). У цьому випадку туристичні оператори купують страхові послуги у страхової компанії і включають їх вартість у ціну путівки. Турист також може самостійно, без посередництва туристичного оператора укласти договір страхування з будь-якою страховою компанією.

Усі договори, які мають місце у туризмі, та взаємозв'язок між ними можна зобразити у вигляді рис. 1.

Висновки. Таким чином, особливістю відносин у сфері туризму в Україні є те, що туристична компанія продає туристу не послугу як таку, а право її отримати у майбутньому в інших осіб (перевізника, готелю тощо). Унаслідок цього туристична діяльність регулюється багатьма документами, основою яких є зарубіжне та вітчизняне законодавство. Сторони – учасниці туристичної діяльності, фіксуючи взаємні зобов'язання, можуть скористатися на вибір кількома варіантами договорів, які було систематизовано автором.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Агентський договір (у сфері туризму) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.urist24.com/article/read/agentskiy_dogovir_y_sferi_turizmu.html.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Договір на туристичне обслуговування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: sirius777.com.ua/UserFiles/dogovor_s_turistom.doc.
4. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух; передм. В.М. Литвина. – К.: Слово, 2006. – 372 с.
5. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
6. Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності: Наказ Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1275-13#n16>.
7. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

УДК 338.45:621:005.591.452(477)

Короткий Ю.В.

аспірант кафедри фінансів та кредиту
Запорізького національного університету**СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ –
ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ЇХНЬОГО ЛОГІСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

У статті проведено аналіз теоретичних аспектів сутності стратегічного партнерства як одного з найважливіших чинників забезпечення зростання логістичного потенціалу підприємства і, як наслідок, підвищення результативності його діяльності. Запропоновано ряд заходів для поліпшення взаємовідносин суб'єктів господарювання з бізнес-партнерами. Охарактеризовано стратегії партнерських відносин машинобудівного підприємства в залежності від суб'єктів взаємовідносин.

Ключові слова: стратегічне партнерство підприємств, логістичний потенціал, маркетинг партнерських стосунків, результативність діяльності, стратегія партнерських відносин

Короткий Ю.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ – ЗАЛОГ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье проведен анализ теоретических аспектов сущности стратегического партнерства как одного из важнейших факторов обеспечения роста логистического потенциала предприятия и, как следствие, повышения результативности его деятельности. Предложен ряд мер по улучшению взаимоотношений субъектов хозяйствования с бизнес-партнерами. Охарактеризованы стратегии партнерских отношений машиностроительного предприятия в зависимости от субъектов взаимоотношений.

Ключевые слова: стратегическое партнерство предприятий, логистический потенциал, маркетинг партнерских отношений, результативность деятельности, стратегия партнерских отношений.

Korotkiy Y.V. STRATEGIC PARTNERSHIP OF ENGINEERING COMPANIES – THE KEY TO RAISING THEIR LOGISTICAL POTENTIAL

The article analyzes the theoretical aspects of the nature of the strategic partnership as one of the most important factors in ensuring the logistic growth potential of the company and, consequently, increasing the efficiency of its operations. A number of measures to improve relations entities with business partners. Characterized Strategy partnerships engineering enterprise based on subjects of mutual relations.

Keywords: strategic partnership enterprises, logistics potential marketing partnerships, effectiveness of strategy partnerships.

Постановка проблеми. В умовах інтеграції та глобалізації економічних систем усіх рівнів загострюється необхідність пошуку більш ефективних способів забезпечення утримання довгострокових конкурентних переваг. Не є винятком і машинобудівні підприємства. Жорстка конкуренція на галузевому ринку вимагає від керівництва постійного пошуку нових шляхів для подальшого розвитку, тому важливу роль відіграють стратегічні бізнес-партнерства, які сприяють отриманню можливостей та дозволяють їх учасникам розширюватися та зростати.

Однією з головних тенденцій у розвитку сучасного підприємницького середовища є зміна принципів формування ділових відносин між підприємством та його партнерами. Використання потенціалу міжфірмової кооперації сприятиме зростанню ефективності бізнесу за рахунок взаємоузгодженості ринкової поведінки всіх партнерів.

У сучасній ситуації ефективність діяльності компанії у більшості залежить від взаємодії з партнерами на різних сегментах ринку. Однак організувати ефективну взаємодію з партнерами досить складно. Оскільки значна частина діяльності підприємства вноситься за його межі і кількість зовнішніх відносин різко збільшується, а конкуренція загострюється, виникає необхідність пошуку нових форм організації управління. Усе вищезначене обумовлює необхідність формування нової моделі управління компанією, яка була б здатна об'єднати весь комплекс взаємовідносин з усіма бізнес-партнерами.

Збільшення числа компаній з розвинутою партнерською мережею обумовлює необхідність підвищення ефективності взаємин не тільки з клієнтами та постачальниками, але й побудову складних систем взаємодії партнерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед учених-економістів не існує єдиного підходу щодо

формування взаємовідносин підприємства з партнерами, більшість авторів розглядають управління взаємовідносинами з різними суб'єктами взаємодії. Одна група авторів [1–5] акцентує увагу на взаємовідносинах тільки з однією групою суб'єктів взаємодії, а інші дослідники [6–11] включають до системи взаємин різні групи партнерів – споживачів, дистриб'юторів, постачальників, співробітників та ін. Ефективне управління партнерськими відносинами є стратегічно важливим процесом.

Вивчення можливостей формування і розвитку відносин стратегічного партнерства господарюючих суб'єктів є актуальним, оскільки підтримка та успішна і масштабна реалізація цих відносин сприяють стимулюванню попиту, зростанню виробництва, підвищенню продуктивності праці і, як наслідок, зростанню результативності діяльності підприємства.

Мета статті полягає у систематизації підходів до визначення стратегічного партнерства та запропонованні заходів щодо налагодження взаємовідносин суб'єктів господарювання з бізнес-партнерами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш поширеними інструментами управління взаємовідносинами є:

- управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM – Supplier Relationship Management);
- управління взаємовідносинами зі споживачами (CRM – Customer Relationship Management) [12, с. 133].

В останні роки все більше уваги приділяється дослідженню управління взаємовідносинами з постачальниками з огляду на інтереси кінцевих споживачів – управління ланцюгами поставок (SCM – Supply Chain Management) [7, с. 7].

Управління взаємовідносинами підприємства з діловими партнерами включає наступні елементи:

- SRM – управління взаємовідносинами з постачальниками;

- CRM – управління взаємовідносинами зі споживачами;
- SCM – управління ланцюгами поставок;
- PRM – управління взаємовідносинами з партнерами;
- HRM – управління взаємовідносинами з персоналом.

Управління взаємовідносинами підприємства направлене на максимальне узгодження взаємодії всіх учасників ланцюжка створення цінності – від постачальників до кінцевих споживачів.

Разом з тим у процесі розвитку взаємодій сучасних компаній перетин сфер маркетингу і SCM розширюється. Але зі збільшенням числа компаній з розвиненою партнерською мережею виникає необхідність підвищення ефективності взаємин не тільки з клієнтами та постачальниками, але й побудови складних систем взаємодії партнерів.

Не так давно з'явилась концепція управління взаємовідносинами з партнерами – PRM (Partner Relationship Management), яка передбачає розробку бізнес-стратегії з вибору партнерів і управління взаємовідносинами з ними з метою підвищення їхньої ефективності та цінності для підприємства.

Зокрема, PRM включає оптимізацію роботи з партнерами для досягнення ними найкращого результату в угодах із загальними клієнтами і забезпечення в підсумку задоволеності кінцевого споживача і партнера [1, с. 4]. Отже, існують різні аспекти управління відносинами з партнерами, залежно від взаємодіючих суб'єктів на ринку. Але в останній час намітилася тенденція розглядати сукупність взаємовідносин підприємства з різними групами партнерів.

У науковій літературі [8; 9] виділяють наступні групи суб'єктів взаємовідносин (партнерів) підприємства: внутрішні партнери (персонал, власники, підрозділи); споживачі (фізичні, юридичні особи); постачальники (товарів та послуг); посередники (реалізації товарів чи послуг, маркетингові); контактні аудиторії (засоби масової інформації, комунальні, державні та фінансові установи, органи державної влади та ін.).

Перелічені групи партнерів відіграють значну роль у побудові загальних партнерських взаємовідносин підприємства. Головною умовою ефективності управління взаємовідносинами фірми з бізнес-партнерами є баланс цілей, який передбачає, що цілі окремих суб'єктів взаємин не домінують над загальними цілями.

Управління взаємовідносинами повинно базуватися на системі цінностей і цілей між усіма учасниками взаємодії. Саме спільні цілі є тим ключовим фактором, який забезпечує міцність та тривалість взаємовідносин і дає компаніям стійкі позиції на ринках в умовах жорсткої конкуренції.

Реалізація механізму координації процесів управління взаємовідносинами є однією зі складових стратегічного маркетингу і менеджменту компанії.

Управління взаємовідносинами підприємства з діловими партнерами передбачає: наявність єдиної інформаційної системи, що визначає спосіб отримання і розподілу інформації серед учасників мережі; адекватну організаційну структуру центральної компанії; здатність центральної фірми узгоджувати цілі, бізнес-процеси партнерів; загальну стратегію формування взаємовідносин із бізнес-партнерами; процес регулювання взаємодій компаній-партнерів; наявність системи моніторингу результатів.

Система PRM забезпечує життєздатні засоби розвитку та підтримки довгострокових ділових

відносин. Інструменти системи повинні бути використані для забезпечення довірчих довгострокових відносин.

В якості об'єкту дослідження нами було обрано одного з лідерів вітчизняного авіаційного ринку – машинобудівне підприємство ПАТ «Мотор Січ». Дане підприємство входить у п'ятірку лідерів вітчизняного машинобудування, оскільки результативно освоїло зарубіжні ринки збуту та було лідером за обсягами виробництва впродовж кількох останніх років.

Ми розглядаємо потенціал логістики як сукупність стратегічної, організаційної, інформаційної, внутрішньовиробничої, фінансово-економічної та маркетингово-збутової складових.

Нами було визначено рівень логістичного потенціалу ПАТ «Мотор Січ» (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтингова оцінка складових логістичного потенціалу

Складова	Оцінка, бал (максимальний – 10)
Стратегічна	9
Інформаційна	8
Організаційна	6
Внутрішньовиробнича	8
Фінансово-економічна	7
Маркетингово-збутова	7

Як видно з даних табл. 1, найбільш вагомий вплив має виробнича складова логістичного потенціалу, оскільки підприємство на початку XXI ст. оновило свої технології з метою збереження своєї конкурентоспроможності на ринку авіаційної продукції. Також варто відзначити, що підприємство постійно здійснює пошук можливостей подальшого оновлення технологічної бази. Основними мотивами тут є зменшення собівартості виготовлення продукції та зменшення залежності від контрагентів.

У цілому ПАТ «Мотор Січ» має достатній рівень логістичного потенціалу.

Результати проведеної оцінки ступеня впливу його складових на результати діяльності підприємства наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка ступеня впливу складових логістичного потенціалу ПАТ «Мотор Січ» на кінцеві результати діяльності підприємства [13]

Складова логістичного потенціалу	Оцінка рівня складової логістичного потенціалу	Ступінь впливу на результати діяльності
Стратегічна	високий	дуже високий
Інформаційна	достатній	високий
Організаційна	середній	середній
Внутрішньовиробнича	високий	дуже високий
Фінансово-економічна	середній	середній
Маркетингово-збутова	середній	високий

Для забезпечення розвитку свого логістичного потенціалу машинобудівним підприємствам необхідно створювати умови для перетворення своїх наявних можливостей у потенційні, що забезпечить їм зростання рівня ефективності господарювання.

Своєчасна й об'єктивна оцінка складових логістичного потенціалу та виявлення їх ступеня впливу на результати діяльності дозволять обґрунтовано

розробляти стратегії партнерства у розрізі суб'єктів взаємовідносин.

З метою забезпечення довгострокової ефективності відносин з постачальниками та споживачами підприємству необхідно проводити їх системний аналіз та розробляти обґрунтовану стратегію взаємодії.

Мінливість маркетингового середовища обумовлює необхідність розробки та впровадження механізму управління взаємовідносинами з бізнес-партнерами з метою оптимізації маркетингових зусиль у логістичній діяльності всіх учасників партнерської взаємодії.

Партнерство є багатоаспектною формою співпраці підприємств, яке оформлюється договором та має на меті досягнення обґрунтованих взаємовигідних результатів.

Стратегічне партнерство є одним із засобів інтеграції машинобудівних підприємств.

Германчук А.М. [14] пропонує категорію «стратегічне партнерство», яке, крім вищезначеного, передбачає ще й спільне інвестування в проекти та маркетингові заходи з пропорційним розподілом ризиків між партнерами. Його переваги для виробника та покупця наведено в табл. 3 [15].

Стратегічне партнерство – це налагоджене довгострокове співробітництво в ланцюгах поставок, яке ґрунтується на довірі, обміні інформацією та розподілі ризику між партнерами з метою отримання більш високих результатів [16].

Використання переваг, заснованих на основних компетенціях кожного підприємства в ланцюгу поставок, – основа стратегічного партнерства.

З метою оптимізації існуючих взаємовідносин зі своїми партнерами машинобудівним підприємствам доцільно використовувати ряд стратегій (табл. 4) [17].

Незалежно від суб'єкту взаємовідносин усі перераховані стратегії повинні бути спрямовані на встановлення довгострокових партнерських відносин. Керівництву при розробці вказаних стратегій необхідно враховувати особливі потреби суб'єктів взаємовідносин, специфіку комунікацій з ними.

Прибуток постачальників та дистриб'юторів залежить один від одного. Машинобудівельним підприємствам необхідно розвивати партнерство та зацікавленість в розвитку один одного.

З метою трансформації існуючих партнерських відносин в машинобудівних підприємствах у стратегічне партнерство нами розроблено ряд заходів:

1) При розробці програм взаємодії із партнерами необхідно врахувати особливості їх організаційної культури, що обумовлено національними факторами, встановленими корпоративними принципами.

2) При впровадженні програм доцільно організувати навчання персоналу з метою його адаптації до виявлених розбіжностей у системі цінностей партнерів. Ураховувати, що партнери зі схожими культурами сприятимуть зниженню ризиків помилкових рішень.

Таблиця 3

Переваги стратегічного партнерства

Переваги виробника	Переваги покупця
Спільні переваги	
Гарантована стабільність відносин; значна кількість замовлень; можливість планування та інвестування; робота з ключовими покупцями щодо конкретних продуктів та послуг; зростання обсягів продажів без зростання витрат на закупівельну діяльність	Гарантія якості; скорочення бази постачальників; гарантовані довгострокові угодами постачання; постачання «точно в строк»; підвищення якості
Зниження витрат	
Спільні програми зниження витрат; участь у проектах покупців; зниження запасів у покупців завдяки ефективному плануванню; покращання логістики; оптимізація бізнес- процесів	Програма зниження витрат; участь постачальників у нових проектах; зниження запасів; удосконалення логістичних процесів; зменшення кількості протермінованих замовлень
Стратегічні переваги	
Доступ до технологій покупця; спільне управління та вирішення проблем	Доступ до технологій постачальника; спільне управління та вирішення проблем

Таблиця 4

Стратегія маркетингу партнерських відносин компанії-виробника в залежності від суб'єктів взаємовідносин

Суб'єкт	Стратегія
Клієнти	Клієнтоорієнтована стратегія – спрямована на збільшення прибутковості бізнесу і підвищення задоволеності клієнтів. Згідно з цією стратегією, центром бізнесу є клієнт, навколо потреб якого повинні бути сконцентровані всі сили і процеси компанії
Постачальники, субпідрядники, аутсорсингові організації	Стратегія взаємовигідного, довірливого співробітництва – формування партнерських зв'язків, які направлені на взаємну адаптацію та інтеграцію діяльності кожного бізнес-партнера. У результаті партнерської взаємодії утворюється особлива інфраструктура, що змінює середовище бізнесу, зменшує його невизначеність
Дистриб'ютори, ділери, ритейлери	Стратегія підтримки (матеріальної та інформаційної) та сприяння розвитку. Виробник має бути зацікавлений у розвитку дистриб'юторських компаній, метою яких мають стати не тільки продажі, але й якісне обслуговування та сервісні послуги, які збільшать лояльність клієнтів як до виробника, так і до дистриб'ютора
Персонал компанії, акціонери, керівництво	Стратегія внутрішнього маркетингу передбачає наявність у компанії внутрішнього клієнта та внутрішню клієнтоорієнтованість (сукупність навичок, умінь і знань, які завдяки певній мотивації співробітників сприяють певній поведінці, налагодженню і підтриманню відносин з клієнтами та досягненню цілей компанії)
Контактні аудиторії	Стратегія опосередкованих партнерських відносин – направлена на створення умов довіри, що є вигіднішим для виробника, оскільки ці діячі ринку допомагають своєю діяльністю і ставленням до компанії-виробника створювати прямі партнерські відносини
Конкуренти	Стратегія розвитку взаємовідносин у процесі обміну досвідом та розвитку галузі на всьому шляху існування підприємств

3) Для керівництва компаній-партнерів рекомендується впроваджувати програми, засновані на взаємних інтересах. Взаємовигідні стосунки повинні стати основою при створенні системи партнерських відносин.

4) Для управління необхідними змінами керівництву машинобудівних підприємств необхідно сформулювати відповідну стратегію, а в разі потреби змінити організаційну структуру.

5) Для налагодження зворотного зв'язку з клієнтами необхідна розробка маркетингових заходів для потенційних клієнтів з метою з'ясування їх потреб.

6) Для отримання практичних навичок комунікацій з партнерами та прийняття оперативних рішень щодо взаємодій з контактними аудиторіями проводити тренінги персоналу.

7) Сформувати систему управління знаннями, що сприятиме розширенню міцних довгострокових, взаємовигідних відносин з ключовими партнерами.

8) Упровадити систему інформаційного забезпечення управління взаємовідносинами з партнерами.

Дослідження стану існуючих зв'язків підприємств машинобудівної галузі з підприємствами-контрагентами дозволяє відзначити, що, з одного боку, взаємини між учасниками не є логістично орієнтованими, а будуються на принципах нерозвинених підприємницьких відносин. З іншого боку, статус машинобудівної продукції, наявність у Запорізькій області базових підприємств – лідерів машинобудівної галузі, велика кількість постачальників наукомістких комплектуючих для не менш наукомісткої продукції з високою доданою вартістю створили передумови для реорганізації відносин між учасниками в логістичний ланцюг поставок на принципах інтеграційних комунікацій та логістичного менеджменту.

Висновки. Глобальний рівень конкуренції в машинобудівній галузі повинен спонукати керівників вітчизняних підприємств, керівників підприємств-постачальників і підприємств-споживачів зрозуміти, що успішність кожного з них визначається інтеграцією ключових бізнес-процесів усіх учасників ланцюгів постачання та узгодженістю управління ними. При цьому управління ланцюгами поставок має реалізуватися в системному плані, що дозволить використовувати весь економічний і ресурсний потенціал з найбільшою вигодою для кожного з них. З урахуванням великої кількості постачальників для виробів машинобудівної галузі можна рекомендувати ланцюг поставок у формі мережевої структури.

На підставі вищевикладеного можна сказати, що для машинобудівної галузі, яка вимагає участі значної кількості постачальників комплектуючих матеріалів і виробів, недостатньо проектного підходу до вирішення глобальних завдань, які забезпечує дана галузь. До всіх проектів потрібно застосувати інтеграційну модель діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Народицкий И. Управление взаимоотношениями с партнерами (PRM) / И. Народицкий // Финансовая газета. – 2010. – № 16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/5858564/>.
2. Ньюэлл Ф. Почему не работают системы CRM. Управление отношениями с клиентами: как добиться успеха, позволить клиентам управлять отношениями с вашей компанией / Ф. Ньюэлл; пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2004. – 365 с.
3. Пейн Э. Руководство по CRM: путь к совершенствованию менеджмента / Э. Пейн. – Минск: Гревцов Паблишер, 2007. – 384 с.
4. Noland Ch.R. Beyond Strategic Sourcing: Strategic Supplier Relationship Management / Charles R. Noland [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ism.ws/files/Pubs/Proceedings/NolandGC.pdf>.
5. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Дж. Иган. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 375 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
7. Куц С.П. Подходы к разработке механизма координации управления взаимоотношениями промышленной компании с партнерами / С.П. Куц // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2006. – Сер. 8. – Вып. 3. – С. 3–21.
8. Морган Р. Теория приверженности и доверия в маркетинге взаимоотношений / Р. Морган, Ш. Хант // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 2. – № 2. – С. 73–110.
9. Шинкаренко В.Г. Маркетинг взаємовідносин АТП з основними партнерами / В.Г. Шинкаренко, І.В. Федотова. – Х.: ХНАДУ, 2012. – 232 с.
10. Berry L. Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success / L. Berry. – New York: The Free Press, 1999. – 288 p.
11. Gummesson E. Total Relationship Marketing; Rethinking Marketing Management: From 4Ps to 30 Rs / E. Gummesson. – Woburn, MA, 2001. – 350 p.
12. Федотова І.В., Ляшенко Д.Л. Управління взаємовідносинами підприємства з партнерами / І.В. Федотова, Д.Л. Ляшенко // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки. – 2015. – № 9. – С. 133–138.
13. Стрільчук Р.М. Стратегічні можливості та пріоритети інноваційного розвитку машинобудівних підприємств / Р.М. Стрільчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 5. – Ч. 3. – С. 68–72.
14. Германчук А.М. Стратегічне партнерство в системі маркетингової логістики / А.М. Германчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_32/German.pdf.
15. Коваль Т.А., Яхкінд В.П. Дослідження маркетингу партнерських відносин як інструменту стратегічного управління підприємством / Т.А. Коваль, В.П. Яхкінд // Бізнес Інформ. – 2014. – № 4. – С. 441–448.
16. Балабаниць А.В. Управління маркетинговою взаємодією як ключова функція маркетингового менеджменту підприємства / А.В. Балабаниць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Ekupr/2010_1/a4.pdf 1.
17. Мозгова Г.В., Петросян Т.А. Упровадження системи маркетингу партнерських відносин на промисловому підприємстві / Г.В. Мозгова, Т.А. Петросян // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Економічна». – 2014. – № 1118. – Вип. 86. – С. 91–96.

СЕКЦІЯ 5

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 330.567.6-047.37.669

Хижняк О.С.
*аспірант кафедри економіки підприємства
Класичного приватного університету*

НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ І ШЛЯХИ ЇХ УСУНЕННЯ

Стисло розкрито поняття «електронної торгівлі» і напрями її діяльності. Наведено аналіз розвитку електронної торгівлі в зарубіжній і вітчизняній практиці порівняльним методом обсягів діяльності електронних торговельних майданчиків. Досліджено становлення електронних торговельних майданчиків промисловими підприємствами та їх недоліки. Встановлено, що одним з найбільш ефективних інструментів маркетингової діяльності компанії в ринковому середовищі є електронна торговельна платформа, створена для ділового співробітництва між бізнес-спільнотою в Інтернеті. На ряду з великою кількістю переваг електронна комерція має ряд істотних недоліків і не вирішених проблем, які в кінцевому підсумку стримують її подальший розвиток. До таких недоліків і проблем відносяться: проблема взаємовідносин зі споживачами, так як не всі контрагенти бажають спілкуватися тільки по комп'ютерній мережі; недостатня стандартизація технологій для доступу до електронного ринку; проблеми виконання замовлень у напружені періоди закупівель (наприклад, у форс-мажорних обставинах, у святкові дні); наявність необхідної продукції, яку неможливо купити в оперативному режимі у зв'язку з недосконалістю нормативної бази (наприклад, офісні меблі, спецодяг та спецвзуття, металопластикові вироби); вразливість компанії, що пов'язана з доступністю відомостей про неї та інформації про її продукцію на веб-сайті; не завжди достатня безпека операції; можливість проникнення в систему комп'ютерних вірусів і хакерів; договірні та правові проблеми, обумовлені недосконалістю законодавчої бази. Визначені недоліки електронних майданчиків, у тому числі для замовників: обмеження можливості оцінки якості пропонованих товарів і послуг; використання для масових ринків тільки стандартних товарів; наявність особистої зацікавленості у бізнесі серед власних співробітників, що в підсумку призводить до «корупційної надбавки» до ціни товару, що купується; ризик омани та отримання недостовірної інформації від постачальника про якість товару або послуги. Для постачальників: необхідність безпосереднього спілкування з менеджерами покупців, що не виключає можливості корупції; обмеження можливості освоєння нових ринків збуту для нестандартних і немасових товарів і послуг; збереження традиційних бізнес-ризиків ведення підприємництва в Україні; додаткові трансфертні витрати на підключення до електронного торговельного майданчика, вірогідність окупності яких незначна.

Ключові слова: електронна торговельна площадка (майданчик), інтернет-ресурс, електронна комерція, корпоративна інформаційна система.

Хижняк Е.С. НЕДОСТАТКИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И ПУТИ ИХ ИСКЛЮЧЕНИЯ

Кратко раскрыто понятие «электронная торговля» и направление ее деятельности. Приведен анализ развития электронной торговли в зарубежной и отечественной практике сравнительным методом объемов деятельности электронных торговых площадок. Исследовано становление электронных торговых площадок промышленных предприятий и их недостатки. Установлено, что одним из наиболее эффективных инструментов маркетинговой деятельности компании в рыночной среде является электронная торговая платформа, созданная для делового сотрудничества между бизнес-сообществом в Интернете. На ряду с большим количеством преимуществ электронная коммерция имеет ряд существенных недостатков и нерешенных проблем, которые в конечном итоге сдерживают ее дальнейшее развитие. К таким недостаткам и проблемам относятся: проблема взаимоотношений с потребителями, так как не все контрагенты желают общаться только по компьютерной сети; недостаточная стандартизация технологий для доступа к электронному рынку; проблемы с выполнением заказов в напряженные периоды закупок (например, в форс-мажорных обстоятельствах, в праздничные дни); наличие необходимой продукции, которую не возможно купить в оперативном режиме в связи с несовершенством нормативной базы (например, офисная мебель, спецодежда и спецобувь, металлопластиковые изделия); уязвимость компании, связанной с доступностью сведений о ней и информации о ее продукции на веб-сайте; не всегда достаточная безопасность операций; возможность проникновения в систему компьютерных вирусов и хакеров; договорные и правовые проблемы, обусловленные несовершенством законодательной базы. Установлены недостатки электронных площадок, в том числе для заказчиков: ограничение возможности оценки качества предлагаемых товаров и услуг; использование для массовых рынков только стандартных товаров; наличие личной заинтересованности в бизнесе среди собственных сотрудников, что в итоге приводит к «коррупционной надбавке» к цене покупаемого товара; риск заблуждения и получение недостоверной информации от поставщика о качестве товара либо услуги. Для поставщиков: необходимость непосредственного общения с менеджерами покупателей, чтобы исключить возможности коррупции; ограничение возможности освоения новых рынков сбыта для нестандартных и немассовых товаров и услуг; сохранение традиционных бизнес-рисков ведения предпринимательства в Украине; дополнительные трансфертные затраты на подключение к электронной торговой площадке, вероятность окупаемости которых не велика.

Ключевые слова: электронная торговая площадка, интернет-ресурс, электронная коммерция, корпоративная информационная система.

Hizhnyak E.S. DISADVANTAGES OF E-COMMERCE IN UKRAINE AND WAYS TO RESOLVE THEM

Briefly disclose the concept of «e-commerce» and the direction of its activities. The analysis of the development of e-commerce in Ukraine by comparing the volume of activity of electronic trading platforms. Investigated the emergence of electronic trading platforms industrial enterprises and their shortcomings. Found that one of the most effective tools for marketing activities in the market environment is an electronic trading platform, created for business cooperation between the business community on the Internet. Along with the many advantages of electronic commerce has a number of significant shortcomings and unresolved problems, which ultimately hinder its further development. These shortcomings and problems include the problem of relations with customers, as not everyone is willing to communicate only via a computer network; the lack of standardization of technologies for access to electronic markets; problems of

execution of orders in the intense periods of procurement (such as holidays); availability of the necessary products that are not possible to purchase on-line due to the imperfection of the regulatory framework (eg, office furniture, clothing and footwear, plastic products); the vulnerability of the company, related to the availability of information about it, and information about its products on the website; is not always sufficient safety of the operation; the ability to penetrate a system of computer viruses and hackers; contractual and legal problems caused by the imperfection of the legislative framework. Identified shortcomings of electronic platforms, including for customers: the restriction of the possibility of assessing the quality of products and services; use of mass-market products only standard; personal interest in the business among its own employees, which ultimately leads to the «corruption supplement» to the price of purchased goods; the risk of error and getting inaccurate information from the supplier about the quality of goods or services. For suppliers: the need for communication with the managers of the buyers, do not rule out the possibility of corruption; limiting the possibility of the development of new markets for non-standard and non-mass products and services; preservation of traditional business risks of doing business in Ukraine; additional costs for connection to the electronic trading platform with low payback.

Keywords: electronic trading platform, an online resource, e-commerce, enterprise information systems.

Тема електронної комерції в останній час стала найбільш обговорюваною в інвестиційних колах. Ця галузь активно розвивається і зростає, у той час як економіка країни переживає економічну кризу. Зараз інтернет-торгівля у всьому світі зростає швидкими темпами. Зростає також кількість і якість електронних торгових майданчиків (ЕТМ), результати яких представлені на рис. 1.

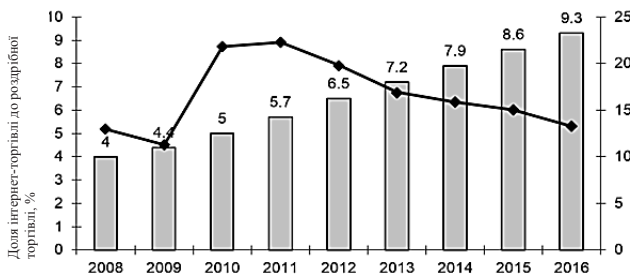


Рис. 1. Зростання обсягів електронної комерції у світі, % до років

Аналітики стверджують, що тенденція до бурхливого зростання збережеться протягом найближчих п'яти років. В економічно-розвинутих країнах темпи електронної комерції збільшуються майже у два рази щорічно. У розвиваючих країнах зростання інтернет-торгівлі набагато вище та інтенсивніше, ніж в країнах з розвинутою економікою. Так відбувається з двох причин: по-перше, незважаючи на великий рівень охоплення інтернетом у країнах, що розвиваються, він збільшується швидкими темпами; по-друге, в цих країнах економіка розвивається швидше, у тому числі, і роздрібна торгівля [2].

В Україні серед усіх економічних галузей національного господарства інтернет-торгівля розвивається найбільш швидкими темпами. Електронна комерція з'явилась в країні зовсім нещодавно, але вже швидко розповсюджується. Хоч у порівнянні з роздрібною торгівлею обсяги інтернет-торгівлі значно поступаються, (усього на 1,5-1,6% від загального обсягу) від інтернет-торгівлі у роздріб наприкінці 2012 року. Але вже на кінець 2015 року цей показник сягнув 4,5%, що складає приблизно 4,44 млрд. дол. Розповсюдження електронної комерції в найбільш

розвинутих країнах світу за 2008, 2012, 2016 роки представлено на рисунку 2.

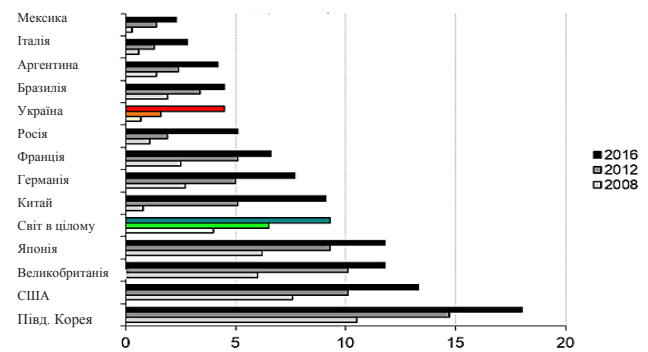


Рис. 2. Проникнення електронної комерції в світі, в % від роздрібно торгівлі

Зростання ринку електронної торгівлі в 2014 року для п'яти характерних країн наведено на рисунку 3.

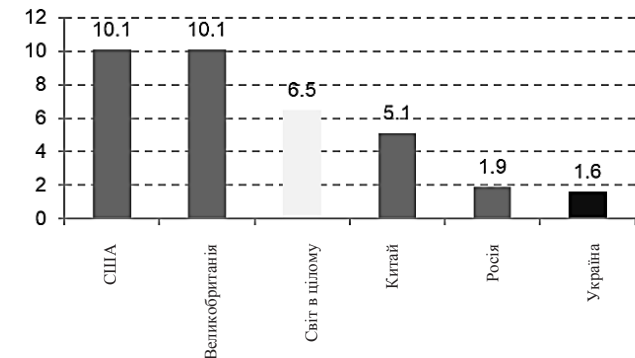


Рис. 3. Зростання ринку електронної торгівлі в 2014 року, в %

З вище наведених даних зрозуміло, що зростання ринку електронної торгівлі в 2014 року, як оцінили експерти, відбулося від 30 до 40 відсотків. Важко назвати більш точні цифри, так як в Україні інтернет-торгівля не відрізняється прозорістю. Це пояснюється великою кількістю дрібних інтернет-магазинів, діяльність яких практично неможливо порахувати. Дані показують, що в Україні рівень електронної

Таблиця 1

Розвиток електронної комерції в Україні

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Обсяг інтернет-торгівлі в Україні, млрд. дол.	0,40	0,60	0,55	0,73	1,10	1,59	2,37	3,24	4,44
Зростання, рік до року, %		50	-8	34	50	45	49	37	37
Проникнення інтернет-торгівлі в Україні, %	0,6	0,7	1,0	1,1	1,3	1,6	2,3	2,9	3,8
Обсяг роздрібно торгівлі в Україні, млрд. грн.	319	449	443	530	675	804	902	1067	1225
Обсяг роздрібно торгівлі в Україні, млрд. дол.	63,2	85,2	56,9	66,8	84,7	99,5	105,5	137,6	55,8

комерції відстає від подібного показника європейських країн на декілька років. Але у 2015 році український ринок електронної комерції збільшився на 37% в порівнянні з 2014 роком. В цей же час, з урахуванням стрімкої інфляції у 2015 році, обсяг роздрібною торгівлі в доларовому еквіваленті знизився більш ніж вдвічі. Інформація про розвиток електронної комерції в Україні з 2007-2015 рр. представлена в табл. 1 [3].

Заслуговує увагу обсяг роздрібною торгівлі в Україні в коштовному вимірі, тобто, в млрд. дол., та в млрд. грн. Обсяг роздрібною електронної комерції в Україні з 2007 р. в гривневому вимірі щорічно зростає і в 2015 р. зріс в 3,84 рази. В цей же час, коливання обсягу роздрібною електронної комерції в доларовому вимірі змінюється незначно і з позитивними та негативними коливаннями. Це пов'язане з курсом валют, а саме є: 2008 р. – 5,27, 2009 р. – 7,78, 2010 р. – 7,93, 2011 р. – 7,97, 2012 р. – 8 08, 2013 р. – 8,55, 2014 р. – 7,75, 2015 р. – 21,95. Тобто реальну ситуацію щодо обсягу роздрібною електронної торгівлі в Україні, треба оцінювати в доларовому вимірі.

Як було відзначено раніше, наша країна на кілька років відстає від провідних країн за темпами впровадження електронних торговельних майданчиків. Виною тому є як «відкати» і корупція, так і об'єктивні причини – політичні події 2014, 2015 років, зниження купівельної спроможності на Сході України, а також проблеми співробітництва з АР Крим. Окрім того, треба зауважити, що електронні торговельні майданчики підходять далеко не для всіх підприємств. І все ж, в сегменті масових стандартних товарів майданчики чекає велике майбутнє.

Корупція – одна з найбільш тем в Україні, у тому числі в електронній комерції. Найбільш ефективним способом боротьби з нею вважається переведення торгів і закупівель через інтернет. Основні порушення відбуваються на етапі закупівель в одного виконавця або недопуску «чужих» компаній до участі в тендері [6]. Однак ринок держзакупівель України є загальновизнаною «enfant terrible» (з англ. «нестерпна дитина»). Разом з тим, в нашій же країні існує цілий ряд ринків, на яких ринок електронної торгівлі невблаганно розвивається. Наприклад, це ринок масових дешевих товарів. На ньому, за словами очевидців, можливо застосовувати електронні торгові майданчики. На них угоди можуть відбуватися між незнайомими перш сторонами, а численні ризики і незручності компенсуються за рахунок детально прописаної процедури. По суті, це біржові системи, спрощені до рівня, доступного кожному підприємству. В Україну дані технології прийшли у вже готовому вигляді. Електронні торгові майданчики почали запускатися в інтернеті з 2009 року. Вони декларували, що впроваджують сервіси нового покоління, які дозволяють проводити прозору торгово-закупівельну діяльність в інтернеті. До нас встигли зайти кілька російських гравців – B2B-Center, Fabrikant, ТендерПро. Поряд з ними, власними майданчиками обзавелися локальні компанії України, такі як: «Торгові системи», «Універсальні електронні торгові системи», «Українська електронна торгова площа». Технології в основі своїй подібні, зате затребуваність їх в Україні все ще дуже низька. За оцінками експертів, український ринок електронних торгів відстає від закордонного на кілька років. Хоча це, звичайно, не вирок. Ще десять років тому і у сусідніх країнах теж мало хто знав термін «електронні торгові майданчики». Сьогодні ЕТМ у європейських країнах впроваджені

навіть на ринку держзакупівель. У багатьох випадках там покупець не бачить назв фірм, які подали свої заявки на участь у тендері. На даний момент там функціонує близько 150 ЕТМ. На державному рівні розвивається ринок електронної торгівлі і в Білорусії. Деякі українські компанії вважали за краще торгувати на білоруських майданчиках. Не відстає від Білорусі і Казахстан. Головна відмінність українського ринку електронних торгів від білоруського чи казахстанського полягає в тому, що ініціатива щодо переведення торгів і закупівель в інтернет не підтримується державою. У нашій країні законодавством передбачена можливість здійснення закупівель за допомогою електронних реверсивних аукціонів. Але на практиці ця система не працює.

Тінювий сектор і «відкати» при закупівлях приватних компаній – це інший випадок, коли прозорість і здешевлення не потрібні. Крім того, є величезна кількість досить чесних бізнесів, для яких використання ЕТМ не підходить за технологією.

Але все одно ринок, який потенційно можуть охопити електронні системи, дуже великий. Власники тисяч підприємств зацікавлені впроваджувати збут за допомогою ЕТМ. Продавцям перехід на електронні схеми може дати різкий приріст оборотів, і в кінцевому рахунку збільшення капіталізації своїх компаній. Покупцям же електронні торги дають максимальну економію, якщо вони реально мають змогу знати, який саме товар або послугу придбають.

Процес залучення бізнесу до ЕТМ відбувається за тими ж законами, що й у всьому світі. Передові менеджери вже почали використовувати електронні торги. Вони розуміють, наскільки цей інструмент зручний для управління процесом закупівель на підприємстві [4].

Отже переваги використання електронних майданчиків для замовників:

- Сприяють підвищенню прозорості та відкритості закупівель;
- Підвищують ефективність закупівель і економію бюджетів закупівель;
- Знижують тимчасові, фінансові та трудові витрати на організацію і проведення торгово-закупівельної діяльності;
- Об'єднують в єдиному інформаційному просторі всіх закупівельників і постачальників / підрядників;
- Дозволяють проводити оперативний контроль в режимі online, без необхідності виїзних ревізійних заходів;
- Дозволяють збільшити капіталізацію компанії і створити позитивний публічний образ компанії для інвесторів [5].

Середній показник економії закупівель товарів становить, за різними оцінками, 15-20%, а в деяких випадках і 30%. При закупівлі послуг з наведеними механізмами економія може досягати 20-50%.

Переваги використання електронних майданчиків для постачальників:

- Величезний ринок платоспроможних замовників – можливість взяти участь у торгах будь-якого замовника;
- Поставки товарів і послуг підприємствам різних галузей промисловості;
- Широкі можливості для реклами своєї компанії і своєї продукції;
- Переваги сучасних інтернет-технологій (електронний документообіг, оперативний зв'язок, висока швидкість обміну інформацією);
- Оперативна інформація про проведені торгових процедурах і проходженні торгів;

- Мінімізація фінансових, трудових і тимчасових витрат на участь у торгах;
- Відкритість і прозорість торгів.

Перевагою використання ЕТМ є простота роботи цієї системи. Для роботи на багатьох майданчиках не вимагається спеціальне обладнання або програмне забезпечення, необхідний лише доступ в інтернет [5].

Процедура проведення торгів повністю прозора, і гарантує безпеку процесу. Крім цього, використання електронних торговельних майданчиків дозволяє розширювати ринки збуту, брати участь у торгах великих замовників на умовах недискримінаційного доступу. Також можливе працювати з надійними контрагентами – великі ЕТМ проводять перевірку всіх учасників системи, і гарантують добросовісність своїх клієнтів.

Чим більше площа, тим ширше можливості, які вона забезпечує. Це на руку тим підприємствам, які хочуть максимально наростити доходи за рахунок збільшення числа залучених партнерів.

Використовуючи джерела ЕТМ, організатор закупівель може знайти куди більшу кількість учасників за меншу кількість часу, тим самим визначивши для себе вигіднішу пропозицію, витрачаючи на це менше ресурсів. Представники різних систем кажуть, що вони гарантують повну прозорість як процедур, так і репутації компаній, що важливо для інвесторів, особливо закордонних. Відсутність корупційної складової, прозорість процедур і рішень забезпечують максимально ефективне використання коштів в рамках виділених бюджетів. Щоб зрозуміти, приєднуватись до ЕТМ чи ні, потрібно тверезо оцінити свої можливості. Вартість підключення до ЕТМ коливається від 300 грн. і вище. Все залежить від обраного тарифу: одноразової закупівлі та повноцінного безлімітного пакета. Якщо для великого бізнесу це дрібниці, то приватним підприємцям і малим компаніям подібні суми можуть бути тягарем. Що стосується безпеки, використовувана технологія подвійного ключа дозволяє шифрувати дані на шляху клієнт-сервер, захищаючи тим самим критичну інформацію (паролі, цінові пропозиції, конкурентні листи). Така ж система застосовується в інтернет-банкінгу. Для додаткового захисту використовують фільтрацію IP-адрес [8].

Гравці ринку ЕТМ очікують, що уряд дасть старт програмі електронних закупівель на державних торгах.

Нагадаю, що з теперішнього року набуває чинності закон «Про електронну комерцію», який поки що не працює. Але в перспективі дасть відчутний поштовх цивілізованому розвитку декількох галузей, в тому числі, пов'язаних з реалізацією товарів та послуг кінцевому користувачу.

Зараз електронна комерція регулюється лише законами «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронний цифровий підпис», але викладені там норми використовуються зазвичай для звітності до податкових служб [1].

У зв'язку з тим, що електронна система закупівель мінімізує можливість людського (чиновницького) впливу на визначення переможця, дуже складно спрогнозувати строки, коли в нашій країні будуть проводити прозорі та ефективні електронні державні закупівлі.

За думкою представників ЕТМ, масове впровадження їх здатне зробити процес держзакупівель більш прозорим, і привести на ринок більш незалежних постачальників. А це вже прямий шлях до зменшення корупції.

Однак ЕТМ в Україні має ряд недоліків. Всього 20% підприємств в Україні дійсно проводять тендер

за всіма правилами. Ще менша кількість компаній користується тендерними торгами за для зменшення ціни. Інколи це працює. Усі інші ставляться до цього процесу формально, і розуміють у кого і за якими цінами будуть купувати ресурси.

ЕТМ це пасивний інструмент продажу. Це інструмент пошуку недосвідченого покупця. Він може бути корисний для залучення нового клієнта. Але досвідчені компанії вже знають ринок, і уявляють собі де и в кого можна купувати. Особливо, якщо ці компанії працюють на ринку стабільно довго [2].

В теорії та практиці електронних форумів знаходимо ще один суттєвий недолік ЕТМ: вони не дозволяють покупцю оцінити якість ресурсу, який купують. Або, дуже часто, система працює на визначення переможця за ціновим фактором.

Електронна торгівля також характеризується деякими технологічними обмеженнями, яким притаманне обмежувати кількість клієнтів, що користуються цією системою. Одним із суттєвих недоліків електронної торгівлі є те, що інтернет все ще не торкнувся життєдіяльності більшості приватних та особливо державних підприємств. Велика кількість споживачів не використовують інтернет для будь яких фінансових операцій. Деякі підприємства побоюються вимог щодо до розкриття приватної інформації з метою безпеки, а також багато разів законність і достовірність різних гравців торговельних майданчиків піддавалися сумніву.

Таким чином, за оцінкою недоліків та переваг електронної комерції можна дійти висновків, що перевагою електронної комерції є потенціал, який перевищує будь-які недоліки. Для вирішення технічних питань, добра стратегія і створення довіри системних клієнтів може змінити теперішній сценарій і допомогти електронній комерції адаптуватись к потребам України, що постійно змінюються [7]. Отже, приведемо шляхи удосконалення діяльності ЕТМ для промислових підприємств.

1. Для зниження корупції серед власних співробітників підприємствам-покупцям можна, як вихід, передати повноваження по збору передтендерної інформації незацікавленій службі підприємства (службі безпеки, службі автоматизованої системи управління). Це дасть змогу уникнути втручання и коригування інформації в момент її надходження до комерційної служби. Або проводити збір передтендерної інформації на окремому сервері без права доступу будь-яким співробітникам компанії. По завершенні строку надання комерційних пропозицій конкурсна таблиця може бути сформована тільки головою тендерного комітету, чи уповноваженої комісії, яка приймає рішення про оголошення переможця торгів.

2. З метою можливості якісної оцінки якості продукції необхідно заручитись референц-листами від інших покупців товару чи послуг, яким довіряє підприємство-покупець. Також треба в розділі обов'язкових умов щодо прийняття участі в тендері включити додаткові застереження: надання гарантійних зобов'язань, пред'явлення штрафів, відповідність ДСТУ та ін.

3. В умовах виключення ризику відмови постачальникам альтернативного ресурсу, покупцям необхідно викласти до вимог відбору інформацію про конкретні технічні якості ресурсу (тип, марка, хімічний склад, стійкість металів, тощо), місце застосування ресурсу (послуги) і очікувань щодо результатів від використання того чи іншого

ресурсу (послуги). Чим більше в запиті на закупку буде інформації про технічні якості ресурсу, де і як його будуть використовувати, тим більше постачальників альтернативного ресурсу зможуть ідентифікувати свій ресурс. Та ж сама картина може вплинути на освоєння нових ринків збуту для нестандартних і немасових ресурсів чи послуг з боку постачальників.

4. Що ж стосується витрат на під'єднання к ЕТМ, то для підприємств прибуток яких перевищує 500 тис. грн. на рік, це не може привести до зниження витрат на комерційну діяльність в декілька разів. Це, як правило, стосується середник і великих підприємств.

5. Також можна казати про перспективу зростання ЕТМ на базі соціальних мереж. Інтернет-торгівля дає безліч переваг у здешевленні маркетингових витрат на рекламу і просування свого продукту на базі ЕТМ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України № 675-VIII «Про електронну комерцію» від 25.09.2015 р.
2. E-commerce: Плюсы и минусы закона об электронной коммерции. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://biz.liga.net/all/it/stati/3103363-e-commerce-plyusy-i-minusy-zakona-ob-elektronnoy-kommertsii.htm>
3. Закон о e-commerce принят. У налоговой растут аппетиты? – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2015/09>
4. Дениел Еймор. Електронний бізнес: (Р)еволюція. ISBN 5-8459-0178-2. М. 2012. – 732 с.
5. Смірнов С.Н. Електронний бізнес. М.: ДМК Пресс. – 2008. – 240 с.
6. Електронний бізнес і комерція. Т.Ф. Старовойтова: учебный посібник, М. 2009. – 137 с.
7. За счет чего рос оборот интернет-магазинов в 2015 году? – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2015/12>
8. Потери и достижения e-commerce за 2014 год. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2014/12>

СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.522

Жалінська І.В.

*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
Інституту демографії та соціальних досліджень
імені М.В. Птухи
Національної академії наук України*

Терещенко Г.І.

*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
Інституту демографії та соціальних досліджень
імені М.В. Птухи
Національної академії наук України*

ОРІЄНТОВАНА НА ПРАЦЮ МАТРИЦЯ СОЦІАЛЬНИХ РАХУНКІВ: ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ ТА НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Статтю присвячено визначенню основних характеристик матриць соціальних рахунків (МСР) та огляду методологічних підходів до їх побудови. Основну увагу приділено орієнтованій на працю МСР, де розглядається роль населення в економіці через вивчення попиту і пропозиції на робочу силу шляхом опису характеристик зайнятих і джерел доходів населення. На основі наявного інформаційного забезпечення побудовано орієнтовану на працю МСР в Україні та визначено її основні аналітичні можливості в дослідженнях ринку праці.

Ключові слова: матриця національних рахунків, матриця соціальних рахунків, сателітні системи, ринок праці, попит і пропозиція.

Жалинская И.В., Терещенко А.И. ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ТРУД МАТРИЦА СОЦИАЛЬНЫХ СЧЕТОВ: ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ В УКРАИНЕ

Статья посвящена определению основных характеристик матриц социальных счетов (МСС), учитывая методологические подходы к их построению. Основное внимание уделено ориентированной на работу МСС, где рассматривается роль населения в экономике через изучение спроса и предложения на рабочую силу путем описания характеристик занятых и источников доходов. На основе имеющегося информационного обеспечения построена ориентированная на работу МСС в Украине и определены ее основные аналитические возможности в исследованиях рынка труда.

Ключевые слова: матрица национальных счетов, матрица социальных счетов, спутниковые системы, рынок труда, спрос и предложение.

Zhalins'ka I.V., Tereshchenko H.I. ORIENTED MATRIX OF SOCIAL WORK FOR ACCOUNTS: APPROACHES TO CONSTRUCTION AND APPLICATION AREAS IN UKRAINE

The article is devoted to the basic characteristics of social accounting matrix (MSR) and the methodological approaches to their construction. The focus is on work-oriented MSR, which examines the role of population in the economy through the study of supply and demand for labor by describing the characteristics of employment and sources of income. Based on available information support built MSR-oriented work in Ukraine and identified its main analytical capabilities in studies of the labor market.

Keywords: national accounts matrix, the matrix of social accounts, satellite systems, labor market, supply and demand.

Постановка проблеми. Зростаюча складність сучасних соціально-економічних процесів обумовлює значну невизначеність наслідків реалізації заходів політики в цій сфері. Для їх вимірювання та оцінки науковці потребують більш досконалих та деталізованих методів дослідження, які ґрунтуються на широкому застосуванні статистичних даних, отриманих із різних джерел. Одним із таких перспективних методів є використання матриць соціальних рахунків (МСР), що є доволі поширеними в розвинутих країнах світу. На разі широке застосування мають МСР у дослідженнях ринку праці (далі – орієнтовані на працю МСР). Для України вивчення досвіду використання такого інструменту є вкрай важливим та актуальним на фоні необхідності розробки та впровадження ефективної соціально-економічної

політики. Зауважимо, що побудова та застосування МСР, зокрема орієнтованої на працю, базується на загальних методологічних підходах та водночас суттєво залежить від особливостей статистичної системи кожної країни. В Україні здійснюється побудова матриці національних рахунків (далі – МНР) та існує якісне інформаційне забезпечення досліджень ринку праці, що створює практичні передумови для побудови МСР.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підґрунтям для появи МСР слугувало представлення національних рахунків у матричній формі, що було запропоновано Р. Стоуном у 1940–1950-х роках та продовжено у 1960-х роках [1]. Суттєвий внесок у розвиток МСР внесли Г. П'ятт і Дж. Раунд, які застосували МСР у 1970–1980-х роках у країнах, що

розвиваються [2]. Відтоді було запропоновано виконувати соціально-економічний аналіз як невід'ємну частину концепції національних рахунків, що спричинило включення розділів з розробки МСР до стандартів системи національних рахунків [3]. Досвід розробки орієнтованих на працю МСР мають країни ЄС – Нідерланди, Італія, Португалія, Фінляндія [4, с. 47–49]. У роботах вітчизняних вчених Е.В. Мартякової, В.В. Лепи, Н.Г. Захарченко приділяється значна увага дослідженню методологічних проблем побудови та прикладних аспектів застосування МСР в Україні [5; 6]. У дослідженні В.Г. Саріогло наведено приклад застосування МСР при дослідженнях ринку праці [7]. Проведений аналіз фахових джерел підтверджує актуальність застосування МСР в Україні з урахуванням рівня розвитку статистичної бази та завдань розробки ефективної вітчизняної соціально-економічної політики.

Мета статті полягає у визначенні основних характеристик МСР, огляді методологічних підходів до побудови орієнтованої на працю МСР, побудові зазначеної матриці на основі наявного інформаційного забезпечення в Україні й окресленні практичних напрямів застосування даного підходу для аналізу процесів на ринку праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, система національного рахунку базується на матричному представленні руху фінансових ресурсів у вигляді матриці національних рахунків (далі – МНР). Однак на разі внаслідок значного ускладнення соціально-економічних процесів виникає зацікавленість у більш глибоких дослідженнях, що викликало появу так званих сателітних (супровідних) матричних систем [1]. Цьому також сприяли розвиток та розширення інформаційної бази на мезо- та макрорівнях досліджень. Особливості побудови та сфери застосування сателітних систем доволі широко висвітлені в науковій літературі [1; 3; 4]. Їх розгляд базується на підході, що передбачає розширення окремих елементів МНР, які не можуть бути в ній відображені (наприклад, негрошові вимірники зовнішнього середовища), з обов'язковим використанням додаткових джерел інформації, що дає змогу побудувати розширені монетарні, фізичні та часові таблиці, завдяки яким, відповідно, можна описати економічні, соціальні, екологічні та інші аспекти діяльності людини на комплексній основі [1]. Таким чином, існує можливість досліджувати явища та процеси в системах, які не можуть бути прямо оцінені у грошовій формі та не відображаються у МНР. Водночас, зберігаючи тісні зв'язки з центральними рахунками, сателітні системи полегшують аналіз у конкретних областях у межах макроекономічних рахунків і аналізу [1].

До таких сателітних систем повною мірою належить МСР. У загальному вигляді МСР – це балансова модель, що складається з набору взаємопов'язаних статистичних таблиць, які утворюють схематичне зображення економічних потоків для різних інституційних одиниць або груп у певний момент часу, у тому числі економічну діяльність та споживчі товари, виробничі фактори й деякі установи. Така модель слугує аналітичним інструментом, який дає змогу поєднати макроекономічну інформацію з іншими масивами соціально-економічної статистики [6, с. 151].

В орієнтованій на працю МСР основна увага приділяється ролі населення в економіці через дослідження попиту на робочу силу та її пропозиції через опис характеристик зайнятих та домашніх господарств за джерелами доходів відповідно. У залежності

від цілей аналізу в матрицю можуть бути інтегровані додаткові параметри. Таким чином, охоплюючи дві різні статистичні системи, МНР та рахунки робочої сили, МСР забезпечує ув'язку макроекономічної статистики зі статистикою робочої сили та домашніх господарств і дає змогу проводити аналіз політики з використанням відповідних показників [8].

Важливим аспектом в МСР є методологія їх побудови. Найбільш повно основні методологічні аспекти, які на разі є актуальними, на нашу думку, викладено в Керівництві з матриці соціальних рахунків і рахунків праці [4]. Зауважимо, що конкретний набір статистичного інструментарію визначається особливостями статистичної бази країни, однак існують певні спільні процедури. Процес побудови орієнтованої на працю МСР, як правило, передбачає такі етапи [4, с. 87]:

- ідентифікація та підготовка відповідних джерел даних;

- поєднання баз даних для уможливлення розкладання традиційних показників національних рахунків на більш деталізовані соціально-економічні змінні (наприклад, за статтю та за рівнем освіти);

- виявлення помилок і регуляризація або балансування.

Центральною проблемою в методології побудови є коректні процедури інтегрування різних джерел даних. В якості таких джерел, як правило, використовуються дані національних рахунків, результати обстежень домашніх господарств, а також обстежень підприємств. Для інтеграції різних джерел використовують висхідний (знизу вгору) та низхідний (згори донизу) підходи. Вони доволі детально висвітлені в науковій фаховій літературі [1; 4; 8]. Викладемо їх основні положення.

Побудова (компіляція) МСР з використанням висхідного підходу починається з нижнього рівня – усі операції розраховуються на основі мікроданих з метою отримання шуканих агрегованих змінних. Висхідний потік може бути оформлений з використанням національних рахунків у форматі матриці та рахунків у тих випадках, коли в МСР включаються тільки грошові дані про характеристики зайнятих. Якщо рахунки праці відсутні, необхідно скласти дані про зайнятих у відповідності з вимогами МСР. На тому ж рівні деталізації наявні і фізичні дані.

Використання низхідного підходу до побудови МСР передбачає оцінку агрегованих операцій і використання структур (співвідношення між агрегованими показниками) для розбивки. Застосування низхідного підходу вимагає даних національних рахунків у форматі матриці. Дані про працю та домогосподарства піддаються низхідній розбивці в цілях МСР, створюючи таким чином додаткові рахунки.

За використання даного підходу зберігаються зв'язки тотожності між виробництвом, доходом, витратами тощо, що є важливими якісними перевірками показників. Необхідною є повна відповідність між цими змінними. Використання низхідного підходу передбачає розширення частин національних рахунків, яке складається тільки з подальшої деталізації певних операцій (наприклад, отримання доходу відповідно до більш детальної класифікації праці або підсекторів домогосподарств) без корегування макроагрегатів. Відомості щодо обсягу та оплати праці найманих працівників групуються за видами діяльності, за статтю та освітою з використанням даних за результатами обстеження робочої сили, обстеження структури заробітних плат та інших джерел інформації. Підсумки макрорівня за доходами і споживанням

поділяються за категоріями домогосподарств з використанням даних за результатами обстежень бюджетів домашніх господарств і даних щодо статистики доходів. Дослідники зауважують, що доволі ефективним є поєднання низхідного та висхідного підходів, яке дає змогу отримати найкращі результати, оскільки прийняття рішення щодо одного з підходів до побудови МСР є вибором між швидкістю (низхідний підхід) й якістю (висхідний підхід) [4, с. 92].

Зауважимо, що МСР набувають широкого розповсюдження саме в аспекті аналізу соціально-економічних процесів. Функціонування ринку праці недостатньо відображається в даних національних рахунків. Наприклад, у оцінці гендерного розриву в оплаті праці інтерпретація твердження, що «середня заробітна плата чоловіків вище, ніж у жінок» вимагає деталізації. Така різниця може визначитись оплатою праці за повної зайнятості в порівнянні з платою за неповний робочий день, освітнім та професійним розподілом, досвідом роботи або іншими особистісними характеристиками. Відповіді на ці питання вимагають даних зі статистики заробітної плати. Відповідно, МСР є основою для збільшення можливостей щодо проведення більш ґрунтовного аналізу як безпосередньо, шляхом включення категорій праці до відповідних рахунків, так і опосередковано, через представлення та формалізацію зв'язку з базовими даними мікро- та мезорівня. Це можна інтерпретувати як відхід від простого структурного аналізу до аналізу взаємозв'язків між багатьма взаємозалежними явищами та показниками, що їх характеризують. Більш детально методологічний аспект побудови орієнтованої на працю МСР за застосування низхідного підходу наведено в дослідженні [9].

Важливо зазначити, що характерною особливістю МСР є їх гнучкість. МНР має жорсткий формат, якого дотримуються у ході розробки таблиць для різних країн, тоді як МСР його не мають, що пояснюється відмінностями в побудові національних

статистичних обстежень, особливо на мікрорівні. Крім того, кожна національна економіка має свої специфічні проблеми, розв'язання яких має слугувати МСР у кожному конкретному випадку. Тому завдання побудови МСР суттєво розрізняються та покликані вирішувати в принципі інакше завдання для розвинутих країн і для країн, що розвиваються. Для розвинених країн це більш чутливий інструмент аналізу, для країн, що розвиваються – можливість оцінки наслідків політики. Отже, поряд з можливістю використання вже напрацьованих методів побудови МСР перед дослідниками постає завдання узгодження наявної статистичної бази відповідно до мети побудови МСР з уже наявними методологічними підходами. Це, безумовно, буде мати наслідки як у плані застосування методологічних підходів, так і у плані розвитку статистичної бази (розвиток показників, рекомендацій щодо різних видів обстежень тощо).

Як було зазначено вище, в Україні існує достатня статистична база для побудови орієнтованої на працю МСР за низхідним підходом (згори вниз). Розглянемо основні етапи її побудови відповідно до розглянутого підходу. Основні показники, такі як чисельність найманих працівників та розміри їх заробітної плати у розрізі статі, рівня освіти, статусу зайнятості, видів діяльності тощо, що необхідні для побудови МСР, були отримані з декількох джерел додаткових даних. Загальну схему переходу від МНР до орієнтованої на працю МСР з урахуванням доступних статистичних даних в Україні наведено на рис. 1.

Побудова орієнтованої на працю МСР передбачає визначення показників оплати праці найманих працівників та змішаного доходу, що включає доходи самозайнятих осіб, фізичних осіб – підприємців, роботодавців та ін. Необхідні дані було отримано з рахунку утворення первинного доходу Системи національних рахунків за 2012 р. за видами діяльності за КВЕД-2010 та інституційними секторами економіки.

Система національних рахунків

Рахунок утворення первинного доходу

Основні складові:

- Оплата праці найманих працівників;
- Змішаний дохід.

Основні категорії:

- Групи видів діяльності за КВЕД-2010 (5 груп);
- Інституційні сектори економіки (4 сектори).

Орієнтована на працю матриця соціальних рахунків

Рахунок утворення первинного доходу

Основні складові:

- Оплата праці найманих працівників;
- Змішаний дохід.

Основні категорії:

- Групи видів діяльності за КВЕД-2010 (5 груп);
- Статус зайнятості (наймані працівники, роботодавці, самозайняті);
- Рівень освіти (повна та базова вища освіта, неповна вища, середня та нижче середньої освіти);
- Стать (чоловіки, жінки).

Джерела додаткових даних:

- Обстеження з питань економічної активності населення (чисельність зайнятого населення у розрізі статі, рівнів освіти, статусу зайнятості, видів діяльності);
- Обстеження підприємств щодо рівня заробітної плати працівників за статтю, віком, освітою та професійними групами 7ПВ (чисельність найманих працівників та ФОП у розрізі статі, рівнів освіти, видів діяльності);
- Обстеження підприємств із питань статистики праці 1ПВ (чисельність найманих працівників та ФОП у розрізі видів діяльності).

Рис. 1. Загальна схема переходу від матриці національних рахунків до орієнтованої на працю МСР для України

Джерело: складено авторами

У системі національних рахунків розрізняють такі види доходів, як: оплата праці найманих працівників; змішаний дохід (прибуток) роботодавців, які є власниками некорпоративних підприємств домашніх господарств та використовують працю найманих працівників; змішаний дохід (прибуток) самостійно зайнятих працівників, які є власниками некорпоративних підприємств домашніх господарств та не використовують працю найманих працівників.

Оплата праці є первинним доходом домашніх господарств та являє собою винагороду у грошовій або натуральній формі, яка повинна бути виплачена роботодавцем найманому працівнику за роботу, виконану у звітному періоді. Оплата праці працівників включає нараховані підприємствами, установами, організаціями суми оплати праці в грошовій та натуральній формах за відпрацьований і невідпрацьований час, заохочувальні доплати і надбавки, компенсаційні виплати, пов'язані з умовами праці, премії та одноразові заохочувальні виплати. Проте в системі національних рахунків певні виплати у зв'язку з їх призначенням (оплата навчальних відпусток, доплати до фактичного заробітку в разі тимчасової втрати працездатності, стипендії тощо) повинні бути виключені з оплати праці та віднесені до соціальних допомог [10].

До змішаного доходу відноситься дохід некорпоративних підприємств, в яких члени домашнього господарства можуть здійснювати неоплачувані трудові витрати, до складу яких входять винагороди за роботу і які неможливо відокремити від доходу (прибутку) власника або підприємця. Валовий прибуток, змішаний дохід домашніх господарств згідно з міжнародними стандартами визначається як валовий дохід, одержаний від підприємницької діяльності, за виключенням витрат, пов'язаних з її здійсненням (проміжного споживання), податків на виробництво та імпорту, а також внесків на соціальне страхування. Доходи від підприємницької діяльності визначаються за видами економічної діяльності згідно з КВЕД [10].

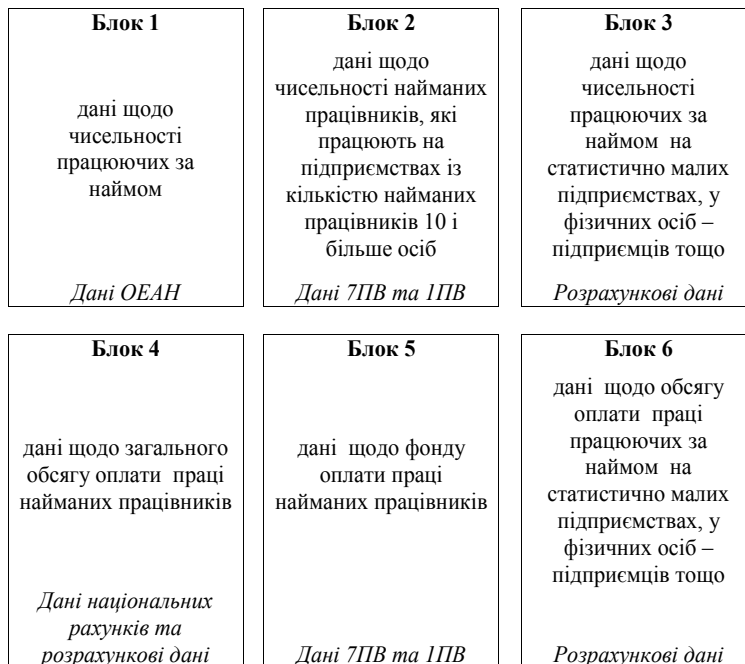


Рис. 2. Схема побудови орієнтованої на працю МСР (деталізована частина щодо оплати праці найманих працівників)

Джерело: складено авторами

В орієнтованій на працю МСР види доходів представлено складовими оплати праці найманих працівників та змішаного доходу за видами економічної діяльності, які було об'єднано у п'ять груп та чотири інституційні сектори економіки [10]. Зміст груп відображено у підсумковій таблиці, орієнтованій на працю МСР, де зазначені відповідні секції за КВЕД-2010. До переліку інституційних секторів економіки входять: некомерційні організації, що обслуговують домашні господарства; домашні господарства; фінансові корпорації; нефінансові корпорації. Таким чином, було отримано розширену частину національних рахунків.

Надалі проводилось подальше розширення клітин отриманої матриці, а саме інституційного сектора – домашні господарства у розрізі статі, рівня освіти, статусу зайнятості та видів економічної діяльності працюючих осіб. Для цього було використано мікродані обстеження з питань економічної активності населення (далі – ОЕАН). Деталізовані дані щодо чисельності зайнятого населення отримано у розрізі статі, рівня освіти (дві групи), статусу зайнятості (дві групи) та видів діяльності. Визначення груп за рівнями освіти було таким: перша група включала осіб з повною та базовою вищою освітою; друга група – з неповною вищою, повною загальною середньою, базовою загальною середньою освітою та нижче. Перелік груп за статусом зайнятості був таким: перша група – працюючі за наймом; друга група – роботодавці, само зайняті тощо.

Для визначення чисельності найманих працівників та фонду оплати праці (далі – ФОП) використано мікродані вибіркового обстеження підприємств щодо рівня заробітної плати працівників за статтю, віком, освітою та професійними групами, яке було проведено Держстатом України у 2012 р. (форма 7ПВ) [11].

Дані щодо чисельності найманих працівників та ФОП отримано у розрізі статі, рівня освіти (дві групи), статусу зайнятості (дві групи) та видів діяльності (п'ять груп). Також для визначення чисельності найманих працівників та ФОП використано дані обстеження підприємств із питань статистики праці (форма 1ПВ). Слід відмітити, що дані щодо чисельності найманих працівників та фонду оплати праці отримано по підприємствах, установах, організаціях та їхніх відокремлених підрозділах із кількістю найманих працівників 10 і більше осіб.

Побудова деталізованої частини МСР щодо оплати праці найманих працівників здійснювалась в три етапи. На рис. 2 наведено схему побудови цієї частини МСР.

На першому етапі розраховувались дані блоку 3 як різниця відповідних рядків Блоку 1 та Блоку 2. У результаті отримано дані щодо чисельності працюючих за наймом на статистично малих підприємствах, у фізичних осіб – підприємців тощо у розрізі статі, рівня освіти та видів діяльності.

На другому етапі розраховувались дані Блоку 6. Спочатку було визначено загальний обсяг оплати праці працюючих за наймом на статистично малих підприємствах, у фізичних осіб – підприємців тощо у розрізі видів діяльності. Він визначається як різниця між загальним обсягом оплати праці найманих працівників (Блок 4) та ФОП найманих працівників (Блок 5). Далі загальний обсяг оплати праці працюючих за най-

мом на статистично малих підприємствах, у фізичних осіб – підприємців тощо розподілявся по групах, що сформовані з урахуванням статі, рівня освіти та видів діяльності. При цих розрахунках також використовувалася розподіл чисельності працюючих за наймом на статистично малих підприємствах, у фізичних осіб – підприємців тощо за зазначеними групами (Блок 3). У результаті отримано дані щодо обсягів оплати праці працюючих за наймом на статистично малих підприємствах, у фізичних осіб – підприємців тощо у розрізі статі, рівня освіти та видів діяльності.

На наступному етапі розраховувались дані Блоку 4 як сума відповідних рядків Блоку 5 та Блоку 6. У результаті отримано дані щодо загального обсягу оплати праці найманих працівників у розрізі статі, рівня освіти та видів діяльності.

Деталізація обсягів змішаного доходу (у розрізі статі, рівня освіти та видів діяльності) здійснювалась на основі даних національних рахунків та ОЕАН щодо чисельності роботодавців, самозайнятих та безкоштовно працюючих членів сімей аналогічно до попереднього етапу. Це дало змогу отримати дані щодо обсягу змішаного доходу за зазначеними групами. У результаті отримано орієнтовану на працю МСР (деталізовану матрицю національних рахунків з використанням додаткових джерел інформації) (табл. 1).

Зазначимо, що основними напрямками використання орієнтованої на працю МСР є дослідження: продуктивності затрат праці й зайнятості; складу зайнятих за видами діяльності за статтю та рівнем освіти; диференціації вартості праці за гендерною ознакою та за видами діяльності; крім того, розгляд даних МСР у динаміці дозволяє аналізувати наслідки та зміни в пропорціях праці (за складом та за видами діяльності).

Наведемо можливі напрями застосування результатів побудови орієнтованої на працю матриці соціальних рахунків в аспекті попиту на робочу силу. Так, існує можливість визначити співвідношення розміру оплати праці працюючих за наймом за рівнем освіти, що описуватиме структурну поведінку за рівнем освіти серед найманих працівників.

У 2012 р. у середньому 42,2% загальної суми оплати праці отримували працівники з повною та

базовою вищою освітою, натомість 57,8% – працівники з неповною вищою, середньою та нижче середньої освітою. Подальше «розгортання» такого показника за гендерною ознакою надало змогу визначити різницю в розмірі оплати праці серед чоловіків та жінок з відповідним рівнем освіти.

В економіці України в 2012 р. питома вага оплати праці працюючих за наймом з неповною вищою, середньою та нижче середньої освітою дорівнювала 57,8% (жінки – 22,7%, чоловіки – 35,1%). Таким чином, переважання в загальній сумі оплати праці чоловіків з відповідним рівнем освіти складає 12,4%. Водночас розрив між відсотком обсягу оплати праці у чоловіків і жінок з повною та базовою вищою освітою є не таким значним – 3,2%.

Проведемо порівняння середньорічної оплати праці на одного найманого працівника в залежності від освіти та статі за галузями економіки, що також є важливим аналітичним напрямом застосування орієнтованої на працю МСР (рис. 3).

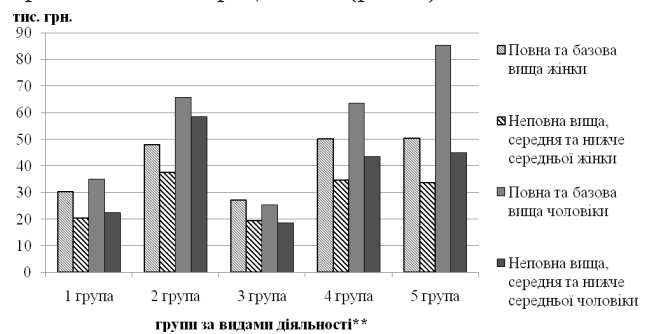


Рис. 3. Середньорічна оплата праці на одного найманого працівника в залежності від рівня освіти, статі та галузей економіки, 2012 р.

** Групи видів економічної діяльності за КВЕД: 1 група – секція А; 2 група – секції В, С, D, E; 3 група – секція F; 4 група – секції G, H, I, J; 5 група – інші секції.

Джерело: побудовано авторами за даними табл. 1

Показник середньорічної оплати праці є найвищим серед чоловіків у всіх групах галузей, окрім третьої (будівництво). У цій же групі величина показника є

Таблиця 1

Орієнтована на працю матриця соціальних рахунків, 2012 р., млн. грн.

Джерела доходів (в категоріях доданої вартості)		Секція КВЕД-2010						Усього в основних цінах	Податки на продукти	Субсидії на продукти	ВВП (у ринкових цінах)
		A	B/C/D/E	F	G/H/I/J	K/L/M/N/O/P/Q/R/S					
Оплата праці найманих працівників	жінки	1*	1443	17737	1447	30551	92539	143718	0	0	143718
		2*	5458	36331	1463	60191	63773	167215	0	0	167215
	чоловіки	1	3109	37787	4672	34565	87252	167385	0	0	167385
		2	16729	116012	16138	70877	38421	258178	0	0	258178
Змішаний дохід	жінки	1	2108	951	84	12196	13957	29296	0	0	29296
		2	31398	2752	522	24436	9340	68448	0	0	68448
	чоловіки	1	1803	1859	2292	18076	19730	43761	0	0	43761
		2	26009	6605	9204	33019	8577	83414	0	0	83414
Інші податки, пов'язані з виробництвом			1342	9753	1486	8688	4562	25831	200912	0	226743
Інші субсидії, пов'язані з виробництвом			-1166	-28657	-229	-1058	-5520	-36630	0	-3973	-40603
Валовий прибуток			25013	112434	3420	78206	92468	311541	0	0	311541
Валова додана вартість			113245	313565	40500	369747	425100	1262157	200912	-3973	1459096
Чистий прибуток			17499	50569	-77	35563	21692	125246	0	0	125246

* Групи за рівнем освіти: 1 група – особи з повною та базовою вищою освітою;

2 група – з неповною вищою, повною загальною середньою, базовою загальною середньою освітою та нижче.

Джерело: розраховано авторами

найменшою серед усіх груп. Найнижчий рівень оплати праці зафіксовано серед жінок із нижчим рівнем освіти, що може бути пояснене не тільки гендерною складовою, але й неповною зайнятістю, що є характерним у зайнятості для жінок. У другій групі (промисловість) величина оплати праці у чоловіків із нижчим рівнем освіти є вищою за величину оплати праці жінок із вищою освітою. Така тенденція може бути пояснена працевлаштуванням жінок не за основною спеціальністю. Доволі значною є різниця в розмірі оплати праці з вищою освітою серед жінок і чоловіків у п'ятій групі, що також, окрім гендерних причин, може бути пояснене неповною зайнятістю та потребує подальших досліджень у з'ясуванні причин, у тому числі і подальшої деталізації за видами діяльності. Також треба розуміти, що при побудові орієнтованої на працю МСР використано дані СНР, які враховують економіку, що безпосередньо не спостерігається.

Слід зазначити, що наведений підхід дозволяє визначити роль населення в економіці через дослідження попиту на робочу силу шляхом вивчення витрат праці. Вивчення структури робочої сили в розрізі видів діяльності, статі та освітнього рівня дає змогу отримувати інформацію про склад робочої сили і затрати праці на рівні кожного виду діяльності. Так, можна визначити відсоток високоосвічених жінок або чоловіків із середньою освітою за певним видом діяльності і по кожній з цих груп відповідні витрати на робочу силу. Вимірювання різниці в оплаті праці залежно від статі, рівня освіти та за видами діяльності дає потенціал для міжнародних порівнянь. Для аналізу політики наявність часових рядів матриці соціальних рахунків орієнтованої на ринок праці також має важливе значення з метою вимірювання впливу можливих змін у структурі робочої сили одночасно з точки зору складу і в міжгалузевому розрізі.

Висновки. Результати виконаного дослідження дають змогу стверджувати, що наразі в Україні є доволі актуальним дослідження методологічного та прикладного характеру побудови МСР із визначенням їхніх аналітичних можливостей та основних аспектів удосконалення інформаційного забезпечення соціально-економічної політики. Одним із широко використовуваних видів матриць соціальних рахунків є орієнтована на працю матриця, яка застосовується для оцінки попиту та пропозиції робочої сили за певними ознаками. Серед її основних характеристик є гнучкість побудови і значні аналітичні можливості у відповідності до мети аналізу та особливостей національної статистичної системи. Побудова орієнтованої на працю матриці соціальних рахунків передбачає комплексне використання даних із різних джерел та рівнів агрегації за допомогою висхідного або низхідного підходів, що забезпечує достатню надійність та точність отриманих результатів. Можна стверджувати, що в цілому в Україні існує інформаційна база для побудови та використання орієнтованої на працю

МСР. Орієнтована на працю МСР дає змогу виконувати детальний та глибокий аналіз розподільчих процесів в економіці, виявляти істотні взаємозв'язки між актуальними соціально-економічними процесами. Це підтверджується результатами побудови орієнтованої на працю МСР для України. Аналітичні можливості такої матриці є значно ширшими від традиційних підходів до дослідження продуктивності затрат праці й зайнятості; складу зайнятих за видами діяльності за статтю, рівнем освіти; диференціації вартості праці за гендерною ознакою і за видами діяльності тощо. Зокрема, аналіз структури зайнятих за статтю та освітнім рівнем у кожному виді діяльності дає змогу визначити співвідношення розміру оплати праці зайнятих за характеристиками статі та освіти та здійснити оцінку цього співвідношення, визначити причини виникнення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Eurostat Manual of Supply, Use and Input-Output Tables / EC Luxembourg, 2008. – 590 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-07-013/EN/KS-RA-07-013-EN.PDF.
2. Pyatt G. Social Accounting Matrices. A basis for Planning / Graham Pyatt, Jeffery I. Round // A World Bank Symposium. – Washington, D.C., USA, 1985. – 298 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDS/IB/1999/12/02/0001-78830_98101901520228/Rendered/PDF/multi_page.pdf.
3. System of National Accounts, 2008 / UN, New York. – 2009. – 662 p.
4. Hand book on social accounting matrices and labour accounts / Population and social conditions. – European commission, 2003. – Vol. 3. – 200 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forum.europa.eu.int/Members/irc/dsis/employ/home>.
5. Захарченко Н.Г. Использование матриц социальных счетов в моделировании структуры экономической системы / Н.Г. Захарченко // Пространственная экономика. – 2012. – № 1. – С. 69–89.
6. Мартякова Е.В. Использование матрицы социальных счетов для оценки мультипликативных эффектов в экономике / Е.В. Мартякова, В.В. Лепа // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2005. – Вип. 100–2. – С. 150–157.
7. Саріогло В.Г. Заробітна плата в Україні: актуальні питання інформаційного забезпечення вимірювання та аналізу / В.Г. Саріогло, Г.І. Терещенко // Демографія та соціальна економіка. – 2015. – № 1(23). – С. 173–183.
8. Матрицы счетов для анализа социальных процессов / Европейская экономическая статистика: Конференция европейских статистиков (Женева, 6–8 октября 2008 г.) – 17 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unecsc.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.30/2008/15.r.pdf>.
9. Жалінська І.В. Підходи до побудови та напрями застосування матриць соціальних рахунків у дослідженнях ринку праці / І.В. Жалінська // Демографія та соціальна економіка. – 2015. – № 2(24). – С. 65–75.
10. Національні рахунки України за 2012 рік: стат. зб. / За ред. І.М. Нікітіної. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 151 с.
11. Заробітна плата за професійними групами у 2012 році: стат. зб. / Відп. за вип. І.В. Сенік. – К.: Держстат, 2013. – 167 с.

СЕКЦІЯ 7 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.71

Бублик Є.О.
кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
Інституту економіки та прогнозування
Національної академії наук України

ІНСТИТУЦІЙНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОБЛЕМНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ

Статтю присвячено актуальному питанню створення та розвитку в Україні ринку проблемних активів. Наявність великої частки проблемних активів у вітчизняній банківській системі виступає фактором її враження при розгортанні фінансової кризи та унеможливорює відновлення кредитування економіки. Вирішення цієї проблеми вимагає комплексного підходу, передусім спрямованого на розвиток необхідного інституційного забезпечення функціонування ринку проблемних активів.

Ключові слова: банківська система, проблемні кредити, ринок проблемних активів, методи управління проблемними кредитами, сек'юритизація.

Бублик Е.А. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОБЛЕМНЫХ АКТИВОВ В УКРАИНЕ

Статья посвящена актуальному вопросу создания и развития в Украине рынка проблемных активов. Наличие большой доли проблемных активов в отечественной банковской системе выступает фактором ее поражения при разворачивании финансового кризиса и усложняет восстановление кредитования экономики. Решение этой проблемы требует комплексного подхода, прежде всего направленного на развитие необходимого институционального обеспечения функционирования рынка проблемных активов.

Ключевые слова: банковская система, проблемные кредиты, рынок проблемных активов, методы управления проблемными кредитами, секьюритизация.

Bublyk I.O. INSTITUTIONAL FACTORS OF NON-PERFORMING ASSETS MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article focuses on institutional factors of development non-performing assets market in Ukraine. The large share of problem assets in the Ukrainian banking system is a factor of the banking system damage in case of financial crisis and makes it impossible to restore lending to the economy. Solving this problem requires a comprehensive approach aimed at developing of the necessary institutional support of non-performing assets market functioning.

Keywords: bank system, non-performing loans, non-performing assets market, managing non-performing loans, securitization.

Постановка проблеми. Тривалий час проблема непрацюючих активів лишається однією з найактуальніших у фінансовому секторі України. Серед низки негативних факторів, таких як зниження прибутковості банківської діяльності та скорочення регуляторного капіталу банків, ускладнення рекапіталізації банківських установ, зниження інвестиційної привабливості та кредитних рейтингів, варто підкреслити найбільш вагомі в сучасних умовах. Це, зокрема, те, що наявність великої частки проблемних активів (далі – ПА) виступає фактором враження банківської системи при розгортанні фінансової кризи, а також унеможливорює відновлення кредитування економіки, яке вкрай необхідне саме під час подолання наслідків кризи. Вирішення проблеми високої частки проблемної заборгованості вимагає системного підходу, спрямованого на розвиток відповідного інституційного забезпечення, що забезпечить ефективне функціонування ринку проблемних активів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми управління проблемними активами у банках присвячено праці низки вітчизняних науковців, серед яких В. Андрійчук, О. Барановський, І. Белова, О. Дзюблук, Г. Карчева, І. Лютий, В. Міщенко, С. Науменкова, Л. Слобода та ін. Разом із тим питанням розвитку інституційного забезпечення функціонування ринку проблемних активів увага приділена недостатньо.

Постановка завдання. Основне завдання статті полягає у визначенні перспективних напрямів розви-

тку інституційного забезпечення покращення функціонування ринку проблемних активів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У практиці провідних фінансових ринків зарубіжних країн проблема боротьби з великими обсягами прострочених кредитів постала відносно недавно і на даний момент зберігає свою гостроту. Зокрема, суттєве зростання обсягів проблемної заборгованості у США, зумовлене низкою кредитних бумів та наступними фінансовими кризами, припало на 1980-ті рр. А в результаті прояву такої послідовності у 2008 р. обсяг проблемної заборгованості у цій країні сягнув 550 млрд дол. В Європі під впливом поточної фінансово-економічної кризи спостерігається ще більш складна ситуація з проблемними кредитами. За період з 2008 р. їх обсяги практично подвоїлися, перевищивши у єврозоні на кінець 2014 р. 932 млрд євро, або 9,2% ВВП (а їхній рівень у таких країнах, як Греція та Ірландія, складає значно більше 40%, а в Італії – 12% кредитного портфеля [1, р. 6-7]).

Відповідно, на цей же період припадає й активний розвиток ринку проблемних активів. Причому найбільшого розвитку ринок проблемних активів дістав у США, оскільки там проблема прострочених боргів гостро постала раніше – у 1980-х. З того часу обсяги ринку проблемних кредитів США зросли до 400-450 млрд дол. США щорічних транзакцій, тоді як загострення відповідної проблеми в Європі лише у 2008 р. пояснює невеликі обсяги європейського ринку проблемних кредитів. Хоча варто відзначити

їх доволі суттєве відносне зростання: з 11 млрд євро (2010 р.) до 64 млрд євро (2013 р.) [2, р. 18], а за даними PWC, за підсумками 2015 р. сягнув 100 млрд щорічних транзакцій [3].

Варто зазначити, що важливим фактором успішного розвитку ринку проблемних активів у США є безумовне право кредитора на відчуження заставленого майна поєднане з жорсткими часовими рамками правил щодо списання прострочених кредитів. Відповідно, переважна більшість кредиторів мотивована не на відновлення роботи активу, а на його списання (продаж).

Найбільш характерними рисами сучасного розвитку ринків проблемних кредитів є активне залучення ресурсів хеджфондів та використання механізму сек'юритизації (близько половини емітованих у 2000 р. в Італії забезпечених облігацій включали в себе проблемні кредити). Так, тільки протягом 2003–2013 рр. у світі було створено 288 фондів проблемних активів, що дозволило залучити інвестицій на суму 219 млрд дол. США. За цей період тільки на європейському ринку 52 фондам вдалося зібрати 25,4 млрд дол. США [4, с. 174].

Основними методами роботи з проблемними кредитами у світовій практиці є такі.

Самостійна робота з непрацюючими кредитами. Незважаючи на відносно високі витрати, банки часто намагаються тримати проблемні кредити на балансі, доки є хоча незначний шанс відновлення бізнесу позичальника (за умови, що він співпрацює з банком або банк впевнений в успішному стягненні заборгованості в судовому порядку). Перевага для банку при цьому полягає у збереженні клієнтури, збереженні перспективи відновлення роботи активу.

Співпраця з колекторськими компаніями. Практика залучення колекторських компаній поширена по всьому світу. Наприклад у США нараховується 6,5 тис. колекторських компаній. Доволі успішна практика та результати їхньої діяльності за невелику плату складають основу її перевагу. Дисконт при продажу кредитів колекторам є доволі помірним. Недоліки даного метода полягають у загрозі репутації банку внаслідок некоректних або незаконних дій колекторів, а також можливості роботи колекторів тільки з приватними клієнтами.

Продаж портфеля проблемних кредитів. Продаж портфеля проблемних кредитів – основний спосіб вирішення проблеми токсичних активів, понад 50% таких активів у Європі продається переважно хеджфондам, причому переважно зі США. Цей метод вимагає належного рівня розвитку інституційного та інструментарного забезпечення, зокрема наявності розвинених та поширених механізмів сек'юритизації, а також працюючого фондового ринку. Разом із тим він відкриває перспективи позбавлення проблемних активів доволі великих обсягів і будь-яких видів, відповідно дозволяє кардинальне вирішення проблеми.

Списання проблемної заборгованості є найбільш простим, ефективним методом позбавлення від проблемних активів, проте передбачає додаткові податкові витрати та повну втрату активу.

Усі перелічені методи широко використовуються у зарубіжній практиці і зумовлюють активний розвиток ринку проблемних активів.

Попри унікальну неоднозначність показників реального рівня проблемної заборгованості в Україні, однозначно можна констатувати, що потенціал вітчизняного ринку проблемних активів продовжив зростання й у 2015 р. (див. рис. 1).

За офіційними даними НБУ, частка проблемних кредитів в Україні на 01.01.2016 перевищила 21%.

Проте ці дані не відображають всього обсягу простроченої заборгованості. За даними з інших джерел, зокрема Кредит-Рейтинг, проблемні кредити складають 30-40%, за свідченнями учасників ринку – перевищують 50%. За прогнозом Moody's, рівень реальної простроченої заборгованості в Україні у третьому кварталі 2015 р. повинен був скласти 60%.

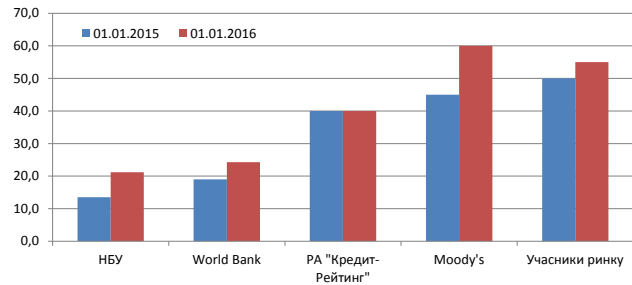


Рис. 1. Рівень простроченої заборгованості у кредитних портфелях українських банків за даними з різних джерел, %

Існують досить відмінні оцінки щодо подальших тенденцій зростання проблемної заборгованості в Україні, проте швидше за все вона продовжить зростати і у першій половині 2016 р. з огляду на значний економічний спад 2015 р. та повзучу девальвацію початку 2016 р. Відносне підвищення рівня проблемної заборгованості проявляється і статистично через скороченням загального обсягу кредитного портфеля банків.

Вітчизняна практика ринку проблемних активів переважно обмежується методом самостійної роботи із простроченими кредитами (за свідченням фахівців найбільш популярний метод управління проблемними активами в Україні) та роботою з колекторськими компаніями (стороннім або афілійованим). Хоча існують і поодинокі випадки доволі значних продажів кредитних портфелів. Так, активними продавцями ПА у 2009–2010 рр. були Правекс-банк, ІНГ-Банк Україна, Кредит-Європабанк, Індекс-банк, СЕБ-банк, ОТП-банк, БТА-банк, Кредобанк, банк «Ренесанс-капітал», Юнікредит-банк. При цьому продаж проблемних кредитів юридичних осіб, залежно від ефективності їх структуризації, здійснювався з дисконтом 40-60%, а споживчих кредитів – 90-95%. Найчастіше купували проблемні активи компанії ССГ, «Укрфінанс», еКол, КредЕкс (eCall, CredEx) і «Укрборг» [5, с. 50].

У зарубіжних країнах ці показники, як правило, мають більш вигідне для кредиторів значення.

Щодо продажу проблемних кредитів факторинговим компаніям (які, як правило, співпрацюють з афілійованими колекторськими компаніями), то при цьому здійснюються переважно операції з факторингу проблемних портфелів споживчих кредитів, тоді як заставні кредити (наприклад, іпотечні) вимагають більшого інвестування, чого не можуть дозволити колекторські фірми, на відміну від інституційних інвесторів (фондів).

Операції з факторингу кредитних зобов'язань корпоративного сектора одиничні і не носять якогось системного характеру. Варто констатувати відсутність на даний момент на ринку необхідних інститутів та ринкових механізмів, що дозволяли б здійснювати повний комплекс роботи з усіма видами проблемних активів, комплексно вирішуючи дану проблему. А активне списання проблемних активів за прикладом зарубіжних країн в Україні ускладню-

ється тривалою неоднозначною процедурою, подвійним оподаткуванням, відсутністю стимулів.

Особливо варто звернути увагу на проблему недосконалого правового забезпечення реалізації проблемних кредитів, яка проявляється у відсутності у кредитора юридичних можливостей для ефективного та швидкого звернення стягнення та реалізації заставленого майна за безнадійним кредитом.

Значна частина проблемних кредитів, виданих до кризи 2008 р. у іноземній валюті, зараз перебуває на етапі виконавчого провадження за судовим рішенням. І цей етап відчуження заставленого майна є найбільш проблемним для банків. Реалізації заставленого майна на підставі вже оформленого судового рішення перешкоджають численні формальні процедури, подолати які без сприяння самого позичальника дуже складно (доступ до квартири, виселення, співпраця з судовим виконавцем тощо). А при цілеспрямованих спробах позичальника завадити цьому процесу він може перетворитися на витратний, тривалий, із невизначеним строком завершення.

Саме неможливість у визначеному законом порядку звернути стягнення та реалізувати предмет застави є одним із найголовніших факторів, що унеможливають нормальне функціонування ринку проблемних активів в Україні. Крім цього, на заваді розвитку ринку проблемних активів стоять:

- низька фінансова та правова грамотність позичальників та інших учасників фінансового ринку;
- відсутність системного підходу до нормативно-правового регулювання даної сфери фінансового ринку;
- неузгодженість та протиріччя законодавчих норм, що регулюють продаж та списання проблемної заборгованості.

Недосконале нормативно-правове забезпечення, що регулюють продаж та списання ПА проявляється через складність процесів, неоднозначність норм, наявний мораторій на відчуження заставленої нерухомості, подвійне оподаткування. Оскільки більшість банків намагаються самостійно справлятися з проблемною заборгованістю, при недостатньому розвитку інфраструктури це негативно позначається на ефективності. Потребують суттєвого удосконалення регулювання судових процедур – у середньому процес судового стягнення заборгованості займає 3-5 років, і як результат, банки отримують 25-50% ринкової вартості заставленого майна, а також несуть витрати на судове супроводження.

Окрім того, при необхідності продажу об'єкту застави за ПА, його списані виникають чисельні додаткові зобов'язання пов'язані зі сплатою ПДВ, податку на прибуток, які носять характер надмірного або подвійного оподаткування. Частина цих перешкод знята за останні п'ять років, проте багато проблем у цій сфері лишається.

Комплексна робота з ПА та розвиток ринку ПА в Україні вимагає належного рівня розвитку відповідної інфраструктури. Нині відчувається брак кваліфікованого персоналу, відпрацьованих та перевірених моделей, інституційних учасників ринку, інформаційного забезпечення. Недорозвиненість інституціонального середовища створює найбільшу перешкоду комплексній роботі з ПА та розвиток відповідного сегменту фінансового ринку.

Відсутність сформованого інституційного середовища ринку ПА зумовлює і брак інвестицій, внаслідок чого проблеми банківського ринку вирішуються за рахунок внутрішніх джерел, а при істотних проблемах – за рахунок державної підтримки. Водночас

рекомендації МВФ зводяться до необхідності сприянню влади приватному сектору самому впоратися з виниклими труднощами і сприянню інвестуванню в проблемні борги колекторів та інших приватних інвесторів. З огляду на це, потребує залучення на ринок ПА інвестфондів та КУА для викупу проблемних активів.

Дається взнаки обмежений перелік учасників ринку, зокрема відсутність фондів спільного інвестування та санаційних банків. Варто звернути особливу увагу на поширену в Європі практику застосування зовнішніх методів управління проблемними активами. Найбільш дієвим методом у тамтешній практиці виступає продаж проблемних активів спеціалізованим фондам. Даний метод досить обмежено використовується в Україні з 2009 р., коли на фінансовому ринку з'явилися кредитні пайові інвестиційні фонди, розвиток яких пов'язаний з інтересом іноземних фондів до покупки українських «distressed assets» і формування їх в структурі «distressed debt funds».

Досвід Західної Європи свідчить також про те, що санаційний банк може бути хорошим інструментом вирішення проблеми «токсичних» активів у банківській системі. Швеція, витративши на створення санаційного банку близько 4% ВВП, зуміла подолати економічний спад, викликаний великою кількістю «проблемних» іпотечних кредитів. Також санаційні банки під час кризи були створені у Франції, Великій Британії та Німеччині, де зіграли позитивну роль.

Разом із тим неринкові механізми роботи держструктур, з можливістю «пільгового» доступу до ресурсів регулятора та санаційного банку, непрозорою формування ціни на проблемні активи несуть загрозу перетворення санаційного банку на корупційний механізм перерозподілу активів. До речі, у перелічених країнах одночасно створювалося декілька санаційних установ з різним відомчим підпорядкуванням. Ще однією характерною особливістю успішного практики санаційних банків закордоном є доволі значні обсяги фінансування їх діяльності.

Дається взнаки і брак сучасних фінансових інструментів для роботи з проблемною заборгованістю. Зокрема, в Україні обмежено використовується такий інструмент реалізації проблемної заборгованості, як сек'юритизація проблемних активів – випуск під такі активи цінних паперів, які потім обертаються на фондовому ринку активізує зовнішнє і внутрішнє фінансування. Інвестування за допомогою таких інструментів зрозуміло для іноземних інвесторів, борги сформовані в портфелі однорідної якості, визначеної прибутковості й інвестору простіше структурувати угоди і приймати інвестиційні рішення.

Заходи удосконалення інституційного забезпечення розвитку ринку проблемних активів в Україні повинні бути спрямовані на посилення наглядової політики НБУ та інформаційного забезпечення банківського сектору для визначення реальних обсягів проблемної заборгованості – без визначення достовірних даних щодо потенційних розмірів РПА, важко оцінити масштаб необхідних заходів.

Наприклад, при широко відомій проблемі реструктуризації валютних житлових іпотечних кредитів, вартість яких суттєво зросла після девальвацій 2008 р. та 2014–2015 рр. досі не оголошені офіційні дані, що загального обсягу та структури такої заборгованості. Відповідно, неможливо адекватно оцінити її значення та запропонувати перспективні шляхи її вирішення.

Потребує удосконалення законодавче врегулювання сфери захисту прав та інтересів кредиторів та

позичальників. Для цього необхідно приділити увагу розвитку такого інституту захисту прав споживачів фінансових послуг, як інститут досудового вирішення спорів. У багатьох країнах – членах ЄС з метою вирішення спорів між споживачами та постачальниками фінансових послуг діють такі інститути досудового вирішення спорів, як омбудсмени, посередники, медіатори, погоджувальні ради. Використання інститутів альтернативного вирішення спорів підвищує довіру споживачів до фінансового ринку, прискорює та здешевлює процес. Саме тому Парламент ЄС рекомендує національним урядам забезпечити доступ споживачів до внутрішніх та міжнародних інститутів альтернативного вирішення спорів.

Інструментом, покликаним спростити реалізацію заставленого майна, не доводячи справу до суду, є застава, прописана в ЗУ «Про іпотеку» і доповнена рядом постанов. Вона затверджує безумовне право кредитора отримати заставлене майно у випадку невиконання позичальником своїх зобов'язань. У період 2009–2011 рр. було здійснено ряд цілеспрямованих кроків до запровадження практики позасудового стягнення по іпотечних кредитах на підставі виконавчого напису нотаріуса і на той час цей механізм почав використовуватися. Проте, починаючи з 2012 р., напрям законодавчих ініціатив повернувся до захисту громадян-позичальників, і звернення стягнення на підставі рішення суду, що суттєво підвищує юридичні ризики, затягує період реалізації заставленого майна, збільшує витрати кредитора, тому зменшило зацікавленість банків у видачі заставних кредитів і стало на заваді розвитку ринку ПА.

Залишаються також невирішеними питання, що зумовлюють зростання юридичних ризиків, зокрема, можливостей органів опіки і піклування відмовити у наданні дозволу на вчинення правочинів щодо нерухомого майна дитини або подати повідомлення нотаріусу про накладення заборони відчуження її майна. З огляду на це, останні ініціативи щодо введення мораторію на відчуження заставного майна можуть іще більше ускладнити і без того вкрай обмежені можливості банків із повернення проблемних кредитів, заморозити обсяги проблемної заборгованості в банківській системі, демотивувати позичальників і відвадити банки від іпотечного кредитування.

Актуальною залишається й проблема неврегульованості колекторської сфери, яка провокує непоодинокі випадки некоректного та неповажного ставлення до боржників, унаслідок чого зростає недовіра фізичних осіб до банківського сектора загалом.

Висновки. Створення ринку проблемних активів має стати наступним кроком на шляху відновлення національної економіки. Україна володіє достатнім потенціалом у цій галузі. Проте недосконале й мінливе законодавство не дає можливості розвиватися ринку проблемних активів та відлякує інвесторів.

Першочергові заходи орієнтованими на забезпечення необхідних умов розвитку ринку проблемних активів в Україні повинні включати:

- посилення наглядової політики НБУ та інформаційного забезпечення банківського сектору для визначення реальних обсягів проблемної заборгованості;
- удосконалення відповідного нормативно-правового забезпечення для спрощення процедур списання та продажу проблемної заборгованості;
- поширення механізмів досудового вирішення спорів для підвищення ліквідності ринку, які затвердили свою ефективність у ЄС;
- законодавче врегулювання колекторського сегменту ринку, очистка від чорних колекторів;
- податкове стимулювання з часовим обмеженням для прискорення списання та продажу проблемної заборгованості.

Вирішення існуючих проблем у сфері законодавчого регулювання процесів управління проблемними активами, з імплементацією європейських норм роботи з проблемною заборгованістю, а також розвиток інституційного забезпечення у цій сфері допоможе в перспективі впоратися з наявною проблемною заборгованістю банків і вивести фінансовий сектор України на якісно новий рівень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. A Strategy for Resolving Europe's Problem Loans, IMF Staff Discussion Notes, 2015. – МВФ, офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2015/sdn1519.pdf>.
2. A Strategy for Developing a Market for Nonperforming Loans in Italy, IMF Working Paper. – WP/15/24. – 2015. – МВФ, офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2015/wp1524.pdf>.
3. 2015 transactions of unloved European loans. – PricewaterhouseCoopers, офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pwc.com/hu/en/sajtoszoba/2015/unwanted_loans.html.
4. Гойхман М.І. Сучасні методи управління проблемними активами банківської системи України / М.І. Гойхман // Економічний форум. – 2014. – № 2. – С. 172-178.
5. Слобода Л. Напрями вдосконалення роботи банків України з проблемними активами в посткризовий період / Л. Слобода, Н. Дунас // Вісник НБУ. – 2011. – № 4. – С. 46-51.

УДК 346.1

Галушчак В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін
Чортківського інституту підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного економічного університету

СТРАХУВАННЯ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ

Статтю присвячено аналізу підходів щодо сутності кредитного страхування. Розглянуто кредитні операції, які з найдавніших часів супроводжувалися ризиком неповернення кредиту. Проаналізовано форми страхування кредитів.

Ключові слова: кредитне страхування, страховик, кредитний ризик, позичальник, форми страхування кредитів.

Галушчак В.В. СТРАХОВАНИЕ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ

Статья посвящена анализу подходов к сущности кредитного страхования. Рассмотрены кредитные операции, которые с древних времен сопровождаются риском дефолта кредитов. Проанализированы формы страхования кредитов.

Ключевые слова: кредитное страхование, страховщик, кредитный риск, заемщик, формы страхования кредитов.

Galushchak V.V. INSURANCE OF CREDITS' RISKS

The article is devoted to the analysis of the approaches to the credit insurance essence. The author considers the credit operations that were accompanied by credits' risk since ancient days. The forms of credits' insurance are also analyzed in this article.

Keywords: credit insurance, insurance worker, credit risk, borrower, the forms of credits insurance.

Постановка проблеми. При здійсненні різноманітних банківських операцій завжди присутні фінансові ризики: валютні, кредитні, інвестиційні, депозитні та ін. Це зумовлює, відповідно, як неготовність банків надавати довгострокові кредити, так і нестійкість функціонування підприємств, відсутність структурних перетворень в економіці, а отже, високі кредитні ризики. Саме тому одним із способів забезпечення виконання зобов'язань, які активно застосовуються в процесі здійснення кредитних операцій, є страхування кредитних ризиків, виникнення яких пов'язане зі значним зростанням обсягів виданих банками кредитів.

Зазначимо, що з розвитком кредитних відносин в умовах ринку сформувалися різні системи запобіжних заходів аж до сучасних видів страхування кредитних ризиків, адже кредит є предметом спільного інтересу у взаємовідносинах кредитора і позичальника. З настанням страхового випадку, у результаті якого з'являється ризик неплатоспроможності, виникає відповідальність. А непогашення кредиту та несплата відсотків у відповідний термін вважаються страховим випадком при страхуванні відповідальності позичальника.

Проте особливої актуальності дана проблематика набуває на сучасному етапі, адже в умовах нестабільності ризики неповернення кредитів банкам зростають у декілька разів, що робить участь страхових компаній незамінними на даному сегменті ринку фінансових послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Страхування кредитних ризиків є предметом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Певні дослідження даного питання знайшли своє відображення в наукових розробках Н. Горицької [2], О. Грабенко [3], М. Кляпківа [4], Л. Кот [6], В. Федоренко, Д. Степанова [7]. У даних працях, зокрема, зазначається, що кредитні операції з найдавніших часів супроводжувалися ризиком неповернення кредиту. Значний внесок у теорію та практику страхування кредитів також зроблено у дослідженнях Т. Гарської [1], І. Кондрата [5], О. Черкасової, Г. Чернової, Т. Федорової, С. Янової та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак сутність кредитного ризику та його

мінімізація недостатньо досліджені. Тому можемо зазначити, що подальші дослідження у даному напрямку є не лише запорукою збільшення прибутку банків, а й сприятимуть підвищенню їхньої фінансової стабільності та конкурентоспроможності.

Мета статті полягає у конкретизації сутності кредитного ризику і страхування кредитних ризиків та визначенні напрямів удосконалення страхування для мінімізації кредитного ризику банку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Страхування кредитів базується на визнанні ризику неплатежу чи неплатоспроможності позичальників, який формується у процесі кредитування. Беручи до уваги різноманітність характеру операцій, пов'язаних із безпосереднім страхуванням кредитів та наданням страхових гарантій сторонам кредитних взаємовідносин, кредитне страхування можна визначити як господарський механізм, метою якого є покриття випадкових оцінюваних майнових потреб, що виникають із ризику забезпечення кредиту.

Необхідно зазначити, що під кредитним страхуванням слід розглядати економічні відносини щодо захисту всіх суб'єктів, які беруть участь у процесі кредитування, від ризиків, що прямо чи опосередковано впливають на виконання зобов'язань позичальника перед кредитором. Таким чином, предметом кредитного страхування можуть бути ризики, які притаманні всій сфері кредитування. У цьому випадку суб'єктами кредитного страхування є, з одного боку, страховики, а з іншого – суб'єкти сфери кредитування, яких варто поділити на основних суб'єктів (кредиторів і позичальників) та допоміжних, що обслуговують і сприяють кредитному процесу (нотаріусів, ріелторів, забудовників, оцінювачів та ін.) [1, с. 35].

Відповідно до поняття кредиту, кредитні відносини будуються за певними правилами (принципам) (рис. 1).

Варто зазначити, що історичний прообраз страхування кредитів – це комісійна операція, за умовами здійснення якої укладалася додаткова угода, названа делькредере.

Угода делькредере набувала характеру вексельної поруки, згідно з якою в разі неповернення боргу третьою стороною комісіонер зобов'язаний був виплатити

відшкодування комітентові у повному обсязі заборгованості. Це означає, що широковідома комісійна операція являла собою початкову форму страхування кредитів з усіма необхідними атрибутами страхової операції: ризиком неповернення кредиту, визначеним обсягом відповідальності, страховою премією у формі додаткової винагороди та реальним відшкодуванням збитків. Тому практикують дві основні форми кредитного страхування – страхування власне кредитів (делькредерне) та страхування застави під отримані кредити (кауційне). Сектор делькредерного страхування є провідним у галузі кредитного страхування. Страхові товариства отримують від нього більшу частину страхових внесків, причому лише від страхування товарних кредитів – аж половину надходжень від делькредерних видів страхування [3, с. 29].

Згідно з першою формою, страхувальник, застосовуючи механізм страхування, захищає власні інтереси. Відносини сторін характеризуються такими ознаками: страхувальник (банк) бере на себе частину відповідальності (близько 20%); зобов'язується позичити кредити, які страхуються, під звичайні відсотки; отримує страхове відшкодування збитків у випадку невиконання боржником своїх зобов'язань. При цьому страховик (страхова компанія) пропонує форму договору; залишає за собою право перевірки і самостійного прийняття рішення щодо запропонованих до страхування ризиків; переймає право регресу до кредитотримувача; застосовує санкції при порушенні страхувальником зобов'язань.

Згідно з другою формою страхування кредитів, страхувальник-боржник захищає право свого кредитора. При заставному (гарантійному) страхуванні боржник є страхувальником, а кредитор виступає застрахованим.

Майновий інтерес кредитора може бути захищений шляхом страхового захисту платоспроможності його боржника. За цієї форми страхових відносин страхувальником є позичальник. Він, безпосередньо страхуючи свою платоспроможність, посередньо захищає інтереси свого вірителя – кредитора. Водночас страховик, страхуючи платоспроможність позичальника, дає тим самим гарантію кредиторів повернути йому борг. Таким чином, із правового

боку ця страхова операція є, по суті, наданням страховиком страхового гарантійного зобов'язання, яке для кредитора слугує заставою на випадок неповернення йому боргу. З огляду на це у страховій теорії та практиці страхові відносини такого характеру іменуються заставними, або гарантійними [5, с. 24].

Економічний зміст страхової гарантії зводиться до того, що страховик замість отриманої невисокої страхової премії бере на себе замість боржника роль гаранта оплати його повної заборгованості у визначених термінах на користь застрахованого (бенефіціанта) цієї гарантії.

Кожна з форм повинна бути представлена конкретними видами страхування, а умови надання кредитів визначають їх зміст. Незалежно від техніко-організаційного здійснення страхових операцій економічна суть їх єдина настільки, наскільки єдиною є суть кредитних операцій, котрі обслуговуються в процесі страхування. Тому суть кредитного страхування полягає в покритті негативного результату, який кредитор отримує через неплатоспроможність своїх боржників. Тобто в усіх випадках кредитного страхування мається на увазі захист кредиторів від можливих втрат.

У групі заставного (гарантійного) страхування практикується також особливий напрямок страхового захисту – страхування фінансових гарантій. Техніка надання страхових гарантій стає дедалі різноманітнішою. Саме тому кредити, видані під різні фінансові гарантії, об'єднуються у дві групи [5, с. 25]:

а) кредити, повернення яких гарантується залученням давно відомих фінансових інструментів (іпотечні та банківські кредити, які видаються під заставу іпотеки або іншого майна, що належить позичальникам. Іпотека та інше майно стають предметами страхування, а позичальник, відповідно, – страхувальником і застрахованим в одній особі);

б) кредити, повернення яких гарантується борговими зобов'язаннями фінансового характеру (облігаціями, акціями, комерційними паперами, сертифікатами фінансових активів підприємств). З огляду на різноманітність видів гарантій їх поділяють на гарантії, що стосуються відносин між приватними суб'єктами, та гарантії, що стосуються відносин, в яких одна зі сторін є суб'єктом загальнонародного, державного значення. Емітенти боргових зобов'язань самі й ініціюють таке страхування, щоб підняти довіру до себе.

Як новий вид захисту на українському ринку страхування кредитів практикується порівняно недовго (початок 90-х років) у двох варіантах. Першим є добровільне страхування ризику непогашених кредитів (банк, перекладаючи ризик на страховика, є водночас страхувальником і застрахованим). Коли страхувальник (банк) може самостійно застрахувати надану позику по укладенні кредитного договору, підписавши зі страховою компанією угоду про добровільне страхування кредитного ризику, то сума страхових внесків ураховується при встановленні ставки відсотка за кредит. Така операція за характером аналогічна страхуванню від нещасного випадку, чим і є неповернення кредиту [2, с. 30].

Цей варіант добровільного страхування ризику непогашених кредитів у вітчизняній практиці страхування не дуже популярний, тому що комерційні



Рис. 1. Правила (принципи) кредитних відносин [8]

банки ще побоюються використовувати страхування кредитів як основну форму захисту і видів ризиків банківської діяльності. Без широкого висвітлення в економічній пресі балансів, фінансових звітів страхових компаній, без страхового аудиту виникає сумнів щодо платоспроможності. Через дуже високі страхові премії також підвищуються страхові платежі, а з ними й витрати виробництва, що обертається підвищенням цін на товари і послуги. Крім того, ускладнена процедура оформлення страхового договору: банкам доводиться узгоджувати страхові тарифи, характери відповідальності, надавати страховику документи та ін.

Другим варіантом страхування кредитів є добровільне страхування відповідальності позичальника за непогашення кредитів (боржник є страхувальником, який страхує кредит на користь свого кредитора). Страховий поліс розглядається як гарантійний папір страхової компанії банку за фінансовими зобов'язаннями до його клієнтів-постачальників. Таке страхування може забезпечити повернення кредиту і сплати відсотків лише у випадку, коли страхова фірма згідна і може виплатити страхову винагороду. Банку для цього необхідно одержати від страхової компанії через позичальника і розглянути такі документи:

- правила (умови) страхування, затвержені у передбаченому статутом порядку;
- статут і установчі документи;
- свідоцтво про державну реєстрацію;
- ліцензію на проведення страхової діяльності з переліком видів страхування, у тому числі й страхування відповідальності;
- страховий поліс за типовою формою;
- договір добровільного страхування за типовою формою [2, с. 32].

Наявність перевищення фактичного розміру її вільних активів над пасивом указує на платоспроможність страхової компанії. Фінансову стійкість страховика забезпечують такі фактори: власні капітали і резерви, вільні від зобов'язань; збалансованість страхового портфеля; методологія розрахунку страхових тарифів; величина та розміщення страхових резервів; можливості перестраховування.

Договір страхування укладається за результатами аналізу всіх поданих матеріалів з урахуванням внесених банком поправок і подається в банк разом зі страховим полісом.

У випадку підготовки рішення про страхування відповідальності за непогашення кредиту і відсотків за ним банк повинен розглянути проект договору добровільного страхування при виконанні таких вимог:

- термін дії договору страхування повинен перевищувати кінцевий строк погашення кредиту і відсотків за ним на період виплати страховиком страхового відшкодування, включаючи термін подачі і розгляду заяви;
- договір страхування повинен набути чинності не пізніше дати видачі кредиту;
- мінімальним повинен бути строк подання страхової компанії заяви про настання страхового випадку;
- дата настання страхового випадку відповідальності страхової компанії за виплату відшкодування має відповідати даті погашення кредиту і виплати відсотків;
- лише після сплати страхувальником усієї суми страхового платежу набуває чинності договір страхування [6, с. 71].

Необхідно зазначити, що здійснюється страхування за рахунок страхувальника, з його рахунку в банку списується страхова премія. Але в заставній масовій формі страхування є недоліки: страховик не вступає у безпосередні правові відносини з банком-кредитором, а пов'язаний з ним лише опосередковано.

Відомо, що страхування кредитних ризиків у розвинених країнах світу передбачає як обов'язкову умову так зване супутнє страхування. Таке страхування полягає в тому, що позичальник кредиту або покупець товару в кредит на строк надання кредиту страхує життя, працездатність, дожиття до закінчення строку договору. Даний вид страхування застосовується і при заставі майна. Це означає, що на строк дії кредиту страхується позичальник.

При укладанні страхових договорів з обох видів страхування відповідальності враховують платоспроможність позичальника. Під кредитоспроможністю розуміємо наявність у суб'єкта господарювання передумов, необхідних для отримання кредиту, та здатності повернути наданий кредит у строк. Саме тому висновок про кредитоспроможність роблять на основі аналізу:

- ретельності розрахунків за раніше отриманими кредитами;
- поточного фінансового стану;
- здатності мобілізувати за необхідності грошові засоби з різних джерел, тобто рівня ліквідності.

Банк, приймаючи рішення про надання кредиту, визначає ступінь ризику, який він готовий взяти на себе, та розмір кредиту, який може надати [8].

Висновки. Таким чином, на українському страховому ринку ще не вироблено загальних умов страхування кредитів, які охоплювали б найважливіші норми кожного виду страхування. Тому страхування кредитів розвиватиметься, з нашої точки зору, не лише шляхом удосконалення діючих умов страхування відповідальності, на зразок страхування застави, а й через перетворення у страхування делькредерного типу, яке можна розглядати як страхування банків-кредиторів від «нешасних випадків» у їхній діяльності. Уважаємо, що такий страховий захист може відзначитися більшою стабільністю та захищеністю інтересів кредиторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гарська Т.П. Страхування як одна із форм забезпечення кредитів / Т.П. Гарська // Наукові праці Національного університету біоресурсів України. – 2011. – № 9. – С. 34–37.
2. Горицька Н. Система кредитування в Україні та її особливості / Н. Горицька // Облік і звітність. – 2012. – № 27–28. – С. 30–36.
3. Грабенко О.В. Страхування ризиків інвестиційної діяльності / О.В. Грабенко // Фінанси України. – 2013. – № 9. – С. 124–127.
4. Клапків М. Кредитно-страховий альянс / М. Клапків. – Тернопіль, 1995. – 135 с.
5. Кондрат І.Ю. Проблеми страхування кредитних ризиків на фінансовому ринку України / І.Ю. Кондрат, О.В. Черкасова, Я.Р. Шандра // Наукові праці Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 5. – С. 24–26.
6. Кот Л. Перспективи розвитку окремих напрямків кредитування в Україні / Л. Кот // Банківська справа. – 2009. – № 2. – С. 71–78.
7. Федоренко В. Страхування як складова частина інвестиційного процесу / В. Федоренко, Д. Степанов // Економіка України. – 2010. – № 12. – С. 79–81.
8. Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/1060.html>
9. Національний банк України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov>.

УДК 336.26

Дем'янюк О.І.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національного університету «Острозька академія»*

ВПЛИВ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ НА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

У статті досліджено питання впливу бюджетно-податкового потенціалу на формування доходів місцевих бюджетів України. Розглянуто особливості у зміні складу та структури доходів місцевих бюджетів унаслідок бюджетних та податкових змін. Досліджено, як податковий потенціал впливає на зміну фіскального ефекту місцевих бюджетів України, а бюджетний – на розширення доходів загального фонду. Результатом дослідження є обґрунтування залежності бюджетно-податкового потенціалу регіону від законодавчих змін та його безпосереднього впливу на зміну доходів місцевих бюджетів.

Ключові слова: бюджетно-податковий потенціал регіону, доходи місцевих бюджетів, фіскальний ефект місцевих бюджетів, розширення доходів загального фонду.

Демьянчук О.И. ВЛИЯНИЕ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА НА ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ УКРАИНЫ

В статье исследован вопрос влияния бюджетно-налогового потенциала на формирование доходов местных бюджетов Украины. Рассмотрены особенности в изменении состава и структуры доходов местных бюджетов в результате бюджетных и налоговых изменений. Исследовано, как налоговый потенциал влияет на смену фискального эффекта местных бюджетов Украины, а бюджетный – на расширение доходов общего фонда. Результатом исследования является обоснование зависимости бюджетно-налогового потенциала региона от законодательных изменений и его непосредственного влияния на смену доходов местных бюджетов.

Ключевые слова: бюджетно-налоговый потенциал региона, доходы местных бюджетов, фискальный эффект местных бюджетов, расширение доходов общего фонда.

Demianchuk O.I. THE INFLUENCE OF FISCAL POTENTIAL OF THE REGION ON FORMATION OF LOCAL BUDGET REVENUES IN UKRAINE

The article investigates the influence of fiscal potential on formation of local budget revenues in Ukraine. The author examines peculiarities in the changes to composition and structure of local budget revenues due to budget and tax changes. It is investigated how tax potential impacts the change of the fiscal effect of local budgets in Ukraine, whereas budget potential impacts expansion of general fund revenues. The result of the research is the grounding of the regional fiscal potential dependency on legislative change and its direct impact on alteration of local budgets.

Keywords: fiscal potential of the region, local budget revenues, fiscal effect of local budgets, expansion of general fund revenues.

Постановка проблеми. Питання впливу бюджетно-податкового потенціалу регіону на формування доходів місцевих бюджетів України в умовах постійних законодавчих змін у бюджетній та податковій сферах викликає науковий інтерес. Залежність зміни складу, структури та обсягів доходів місцевих бюджетів від сформованого в регіонах бюджетного та податкового потенціалу є важливою проблематикою реалізації основних управлінських та організаційних функцій органами місцевого самоврядування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науковій літературі є значна кількість праць, присвячених дослідженню зміни складу та структури доходів місцевих бюджетів під впливом бюджетно-податкових реформ, зокрема: Буряченка А.Є. [2], Камінської І.М. [8], Новикової М.М. [9], Мельничук Н.Ю. [10], Макогон В.Д. [11] та ін. Проте це питання набуває ще більшої актуальності в контексті постійних змін у бюджетному та податковому законодавстві, а саме у визначенні впливу бюджетно-податкового потенціалу у формуванні доходів місцевих бюджетів України.

Мета статті полягає у визначенні особливостей впливу бюджетно-податкового потенціалу на формування доходів місцевих бюджетів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У межах постійних бюджетно-податкових змін, які відбуваються в бюджетному та податковому законодавстві протягом останніх 15 років, постійно змінювались склад та структура доходів місцевих бюджетів, змінювався механізм розрахунку та формування доходів загального та спеціального фондів місце-

вих бюджетів, механізм розрахунку міжбюджетних трансфертів.

Зміни у бюджетному та податковому законодавстві, які відбулися впродовж 2010–2011 рр., призвели до суттєвої зміни бюджетного та податкового потенціалу регіонів, що вплинуло на модифікацію принципів формування доходів та надходжень місцевих бюджетів. А саме внаслідок реформування переліку місцевих податків та зборів у 2011 р. відбулося зменшення фіскального потенціалу місцевих податків та зборів, а також спостерігалась відсутність росту фіскального ефекту від розширення дохідних джерел другого кошика місцевих бюджетів. Першою причиною такої ситуації стало те, що в процесі реформування місцевих податків і зборів у бюджетів місцевого самоврядування було забрано досить вагоме джерело надходжень – ринковий збір, що складав більше 60% у структурі місцевих податків та зборів. Податкові зміни найбільше вразили бюджети міст, де функціонували великі оптові ринки. У перший рік упровадження податкової реформи втрати бюджетів цих міст сягали від 10 до 60 млн. грн., які переважно використовувались на розвиток інфраструктури міста.

Хоча можна погодитись, що із двох податків та 12 зборів було виключено економічно недоцільні і замінено їх. Проте за умови передачі загальнодержавного податку – єдиного податку, який до реформи зараховувався до загального фонду місцевих бюджетів (до суми другого кошика), не спостерігалось відчутного фіскального ефекту, тобто загальна сума доходів від місцевих податків та збо-

рів у 2011 р. склала 2549,8 млн. грн. та у структурі доходів місцевих бюджетів становила 2,9%, відображуючи, на перший погляд, зростання надходжень від місцевих податків та зборів у порівнянні з 2010 р. на 1,6%. У 2010 р. сума надходжень від місцевих податків та зборів і обсяг надходжень від єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва до місцевих бюджетів становила 2819,4 млн. грн., що на 269,6 млн. грн. більше наступного 2011 р. [5, с. 87, 90, 93; 6, с. 68, 70, 72]. Тобто на практиці в перший рік бюджетного та податкового реформування спостерігалось зменшення фіскальних надходжень до місцевих бюджетів.

Реально податковий потенціал місцевих податків і зборів змінюється у зв'язку з реформуванням 4 листопада 2011 р. спрощеної системи оподаткування, було прийнято Закон України № 4014-VI «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності», згідно з яким у 2012 р. запроваджено нові правила справляння єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва, а саме терміни сплати, та нові ставки оподаткування. Саме тому в 2012 р. надходження від єдиного податку до місцевих бюджетів України склали 4,8 млрд. грн., що майже у 2,5 рази більше за обсягом надходжень 2011 р. Фіскальний ефект єдиного податку характеризувався значним ростом питомої ваги місцевих податків і зборів у доходах місцевих бюджетів, що складав у 2012 р. 5,4%, так як у складі місцевих податків єдиний податок становив 88% [6, с. 52].

Бюджетні зміни, які було впроваджено із набранням 17 листопада 2008 р. чинності Закону України від 24 вересня 2008 р. № 586-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення регулювання відносин у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху», відповідно до пункту 3 розділу 1, згідно з яким було внесено зміни до ст.ст. 29 та 64 Бюджетного кодексу України щодо включення 50% адміністративних штрафів у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху, що накладаються уповноваженими органами (посадовими особами), до складу доходів державного бюджету та 50% цих штрафів – до складу доходів, що закріплюються за бюджетами місцевого самоврядування. За період 2009–2010 рр. до бюджетів місцевого самоврядування у складі неподаткових надходжень було акумульовано додаткових 435,9 млн. грн. та 520,8 млн. грн. [3, с. 102; 4, с. 96], які для більшості цих бюджетів забезпечили фіскаль-

ний ефект. Проте у 2011 р. у зв'язку з переведенням надходжень за адміністративні штрафи у сфері порушення правил дорожнього руху з місцевих бюджетів до державного перші відразу недоотримали понад півмільярда гривень.

Другою причиною зміни принципів формування доходів та надходжень місцевих бюджетів була зміна нормативу розмежування податку на доходи фізичних осіб (ПнДФО) між місцевими бюджетами та державним бюджетом протягом 2001–2015 рр. (табл. 1).

Ці зміни суттєво впливали на формування доходів окремих місцевих бюджетів, так як податок на доходи фізичних осіб завжди був домінуючим у сумі закріплених доходів місцевих бюджетів і протягом усього періоду складав не менше 60% від обсягу доходів місцевих бюджетів. Ураховуючи зміни 2015 р., податок на доходи фізичних осіб, незважаючи на переспрямування його значної частки до державного бюджету, продовжував зберігати позицію найважливішого за обсягом джерела дохідної частини місцевих бюджетів – 44,4%. Проте надходження від цього податку у січні-вересні 2015 р. склали на 16,2% менше за відповідний період минулого року. Тобто однозначно можна стверджувати, що проводячи бюджетне реформування та впливаючи на бюджетний потенціал регіонів, виконавчі органи влади ставили за мету зростання децентралізації, при цьому на практиці одержали зворотній фіскальний ефект.

Найбільших змін норматив розмежування ПнДФО зазнав для бюджету м. Київ. Упродовж 2002–2012 рр. та в 2014 р. бюджет столиці був бюджетом із вилученням, тобто з передачею коштів до державного бюджету, лише в 2013 р. бюджет Києва став дотаційним, і станом на 2015–2016 рр. у бюджеті відсутні реверсні дотації, навпаки, бюджет отримує освітню та медичну субвенції з державного бюджету. Тобто ці зміни значно вплинули на бюджетний потенціал столичного бюджету, при цьому характеризуються ознаками підвищення рівня централізації фінансових ресурсів, а не їх децентралізацією.

Найбільшого зиску від змін нормативу розмежування ПнДФО одержали районні бюджети, показник зріс на 10% у порівнянні з попереднім періодом та бюджети об'єднаних територіальних громад, для яких цей норматив склав 60%. На перший погляд, такі бюджетні зміни мали б стимулювати територіальні громади до об'єднання. Проте вплив бюджетного потенціалу на формування доходів місцевих бюджетів об'єднаних територіальних громад не є домінуючим, на першу позицію тут виходить організаційний та

Таблиця 1
Зміна нормативу розмежування ПнДФО між місцевими бюджетами та державним бюджетом України протягом 2001–2015 рр.

Місцевий бюджет	Норматив розмежування ПнДФО, що зараховується до доходів загального фонду відповідного бюджету		
	згідно з БКУ від 21.09.2001 р.	згідно з БКУ від 08.07.2010 р.	згідно змін до БКУ від 10.02.2015 р.
Бюджет м. Київ	100% (ст. 65 БКУ)	50% (ст. 65 БКУ)	40% (ст. 64 БКУ)
Бюджет м. Севастополь	100% (ст. 65 БКУ)	100% (ст. 65 БКУ)	100% (ст. 64 БКУ)
Бюджет АРК	25% (ст. 66 БКУ)	25% (ст. 66 БКУ)	15% (ст. 66 БКУ)
Обласний бюджет	25% (ст. 66 БКУ)	25% (ст. 66 БКУ)	15% (ст. 66 БКУ)
Бюджет міст республіканського значення	75% (ст. 65 БКУ)	75% (ст. 65 БКУ)	60% (ст. 64 БКУ)
Бюджет міст обласного значення	75% (ст. 65 БКУ)	75% (ст. 65 БКУ)	60% (ст. 64 БКУ)
Районний бюджет	50% (ст. 66 БКУ)	50% (ст. 66 БКУ)	60% (ст. 64 БКУ)
Бюджети об'єднаних територіальних громад	-	-	60% (ст. 64 БКУ)
Бюджети сіл, їх об'єднань, селищ, міст районного значення	25% (ст. 65 БКУ)	25% (ст. 65 БКУ)	-

Джерело: складено автором на основі [1]

управлінський потенціал. Органи місцевого самоврядування базових територіальних утворень, по-перше, не бажають, а по-друге, не забезпечені ще інституційно приймати на себе відповідальність за управління та фінансування значної кількості закладів соціальної інфраструктури цієї території.

У процесі останніх змін у бюджетному законодавстві (лютий 2015 р.) відбулося зростання бюджетного потенціалу регіонів, як наслідок, було змінено механізм формування доходів та надходжень місцевих бюджетів, що забезпечило на практиці значне підвищення фінансової самостійності місцевих бюджетів, через низку заходів:

- *установлено єдині нормативи відрахувань загальнодержавних податків (податку на доходи фізичних осіб (табл. 1) та податку на прибуток підприємств) за кожною ланкою бюджету (статті 64, 66, 69, 69-1);*

- *відмінено індикативне планування Мінфіном показників місцевих бюджетів та доведення їх до місцевих бюджетів;*

- *передбачено формування єдиного кошика доходів загального фонду (без поділу на I та II кошики);*

- *розширено перелік джерел доходів загального фонду (рис. 1);*

- *замінено систему балансування доходів і видатків місцевих бюджетів принципово новою системою вирівнювання податкоспроможності територій.*

З рис. 1 бачимо, що починаючи з 2015 р. джерела наповнення місцевих бюджетів було розширено за рахунок передачі з державного бюджету на місця цілої низки податків, а також запровадження нових зборів. Зокрема, тепер місцева влада збирає 100% плати за надання адмінпослуг, 100% державного мита, 10% податку на прибуток підприємств. Разом з тим у місцеві бюджети надходять збори з роздрібно-го продажу підакцизних товарів (пива, алкоголь-

них напоїв, тютюнових виробів, нафтопродуктів) за ставкою 5% вартості реалізованого товару. За січень-вересень 2015 р. надходження від місцевого акцизного податку у структурі доходів місцевих бюджетів становили 6,5% [7, с. 47].

Крім того, унаслідок податкових змін у 2014 р. з 2015 р. до місцевих податків і зборів віднесено податки на майно, зокрема плата за землю, що суттєво вплинуло на зміну структури доходів місцевих бюджетів. Так, за січень-вересень 2015 р. питома вага місцевих податків з урахуванням податку на майно та єдиного податку у доходах місцевих бюджетів склала 22,5%, а обсяг – 19,4 млрд. грн. [7, с. 48].

У бюджетному потенціалі регіонів система балансування доходів і видатків місцевих бюджетів з лютого 2015 р. замінена принципово новою системою вирівнювання – податкоспроможністю територій (рис. 2).

З прийняттям Закону України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин» від 28 грудня 2014 р. № 79-VIII починаючи з 2015 р. почала функціонувати нова система міжбюджетних відносин, яка, згідно зі статтями 98, 99, базується на принципово новому механізмі горизонтального вирівнювання податкоспроможності територій, складовими якого є база та реверсна дотація.

Вирівнювання здійснюється лише за двома податками:

- податком на прибуток підприємств приватного сектору економіки (10%) – по обласних бюджетах;

- податком на доходи фізичних осіб – по бюджетах міст, районних та обласних бюджетах.

Решта платежів залишаються в повному обсязі у розпорядженні місцевих органів влади.

За результатами горизонтального вирівнювання визначається розмір міжбюджетного трансферту

для місцевих бюджетів, що мають прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом, а саме місцеві бюджети з рівнем надходжень:

- нижче 0,9 середнього показника по Україні отримують базову дотацію (80% суми, необхідної для досягнення показника 0,9), що підвищить рівень їх забезпеченості;

- у межах від 0,9 до 1,1 – вирівнювання не здійснюється;

- вище 1,1 середнього показника по Україні частину надходжень передаватимуть до державного бюджету (реверсна дотація). При цьому кошти вилучатимуться не в повному обсязі, як за діючою системою, а лише 50% перевищення індексу податкоспроможності 1,1 до середнього значення по Україні [1, с. 92–93].

Згідно з цими бюджетними змінами, механізм горизонтального вирівнювання застосовується лише до обласних бюджетів, бюджетів міст обласного значення і районів та бюджетів об'єднаних територіальних громад.

Висновки. Можна стверджувати, що у процесі бюджетно-податкового реформування спочатку відбувається зміна бюджетного та податкового потенціалу регіону, під їхнім впливом змінюється фіскальний

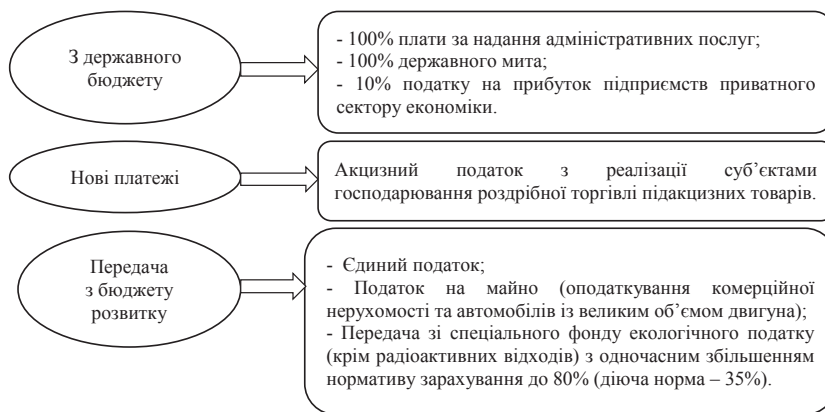


Рис. 1. Розширення доходів загального фонду місцевих бюджетів України у процесі бюджетної реформи 2015 р.

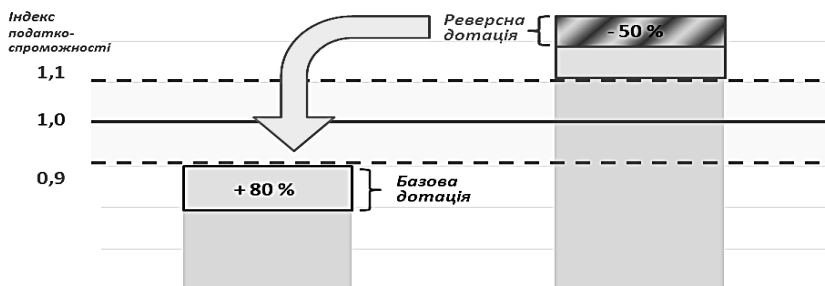


Рис. 2. Нова система вирівнювання податкоспроможності територій в Україні, яка впроваджена з 2015 р.

ефект та відбувається розширення доходів загального фонду місцевих бюджетів. Центральні виконавчі та законодавчі органи влади у контексті реалізації вищевказаних реформ ставили завдання підвищення рівня децентралізації фінансових ресурсів у місцевих бюджетах шляхом ефективного використання сформованого в регіонах бюджетного та податкового потенціалу. Залежність зміни складу, структури та обсягів доходів місцевих бюджетів у подальшому має безпосередній вплив на реалізацію основних управлінських та організаційних функцій органами місцевого самоврядування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бюджетний кодекс України від 08 липня 2010 р. № 2456-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 50–51. – Ст. 572 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
2. Буряченко А.Є. Фінансовий потенціал регіонального розвитку: [монографія] / А.Є. Буряченко. – К.: КНЕУ, 2013. – 342 с.
3. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2009 рік / І.Ф. Щербина [та ін.] // ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2009. – 136 с.
4. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2010 рік / І.Ф. Щербина [та ін.] // ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2011. – 142 с.
5. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2011 рік / І.Ф. Щербина [та ін.] // ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2011. – 96 с.
6. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2012 рік / І.Ф. Щербина [та ін.] // ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впровадження», USAID. – К., 2013. – 73 с.
7. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за січень-вересень 2015 року / І.Ф. Щербина, Самчинська І.В., Рудик А.Ю. [та ін.] // ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впровадження», USAID. – К., 2013. – 73 с.
8. Новікова М.М. Фінансова основа економічного розвитку регіону / М.М. Новікова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eprints.kname.edu.ua/1614/8/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0_4.doc.
9. Камінська І.М. Механізми забезпечення фінансової спроможності соціально-економічного розвитку регіону: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.05 / І.М. Камінська; Луцький національний технічний університет. – Луцьк, 2009. – 22 с.
10. Мельничук Н.Ю. Управління формуванням та використанням фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.08 / Н.Ю. Мельничук; Науково-дослідний фінансовий інститут Академії фінансового управління Міністерства фінансів України. – К., 2009. – 20 с.
11. Макогон В.Д. Формування доходів місцевих бюджетів у системі міжбюджетного регулювання: дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.08. «Гроші, фінанси і кредит» / В.Д. Макогон; Науково-дослідний фінансовий інститут Академії фінансового управління Міністерства фінансів України, Київ, 2009. – 19 с.

УДК 336.71

Золотарьова О.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та обліку
Дніпродзержинського державного технічного університету***Чекал А.А.***студентка
Дніпродзержинського державного технічного університету*

ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ УПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто підходи до визначення поняття «банківська інновація» та надано авторське визначення. Розкрито переваги і передумови банківських інновацій. Досліджено зарубіжний досвід у сфері інноваційних банківських продуктів та виділено найбільш цікаві з них, які б могли бути запроваджені в Україні. Виділено вітчизняні банківські інновації, особливу увагу приділено досвіду «ПриватБанку» та перевагам його інноваційних продуктів.

Ключові слова: інновація, банківська інновація, інноваційний банківський продукт, технологія, клієнт, конкурентоспроможність, Інтернет-банкінг, мобільний банкінг.

Золотарёва О.В., Чекал А.А. ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ И СПЕЦИФИКА ИХ ВНЕДРЕНИЯ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены подходы к определению понятия «банковская инновация» и дано авторское определение. Раскрыты преимущества и предпосылки банковских инноваций. Исследован зарубежный опыт в сфере инновационных банковских продуктов и выделены наиболее интересные из них, которые могли бы быть введены в Украине. Выделены отечественные банковские инновации, особое внимание уделено опыту «ПриватБанка» и преимуществам его инновационных продуктов.

Ключевые слова: инновация, банковская инновация, инновационный банковский продукт, технология, клиент, конкурентоспособность, Интернет-банкінг, мобильный банкінг.

Zolotaryova O.V., Chekal A.A. INNOVATIVE BANKING PRODUCTS AND THE SPECIFICS OF THEIR IMPLEMENTATION IN UKRAINE

Approaches to the definition of «banking innovation» are considered and author's definition is provided. The benefits and prerequisites of banking innovation are revealed. International experience in the field of innovative banking products is studied, and the most interesting of them, which could be introduced in Ukraine. Domestic banking innovations are obtained, special attention is paid to the experience of Privatbank and the benefits of its innovative products.

Keywords: innovation, banking innovation, innovative products, technology, client, competitive, online banking, mobile banking.

Постановка проблеми. Сьогодні в банківській сфері загострюється необхідність активного впровадження інноваційних банківських продуктів і послуг, адже в умовах нестабільної економіки і політичної ситуації в державі залучення ще більшої кількості клієнтів постає задачею номер один перед банками. Відповідно, банківські інновації не лише дозволяють залучити клієнтів, вони також підвищують рівень конкурентоспроможності банку, виділяють його серед інших банків, сприяють задоволенню потреб клієнтів, що швидко змінюються під впливом науково-технічного прогресу, а також відображають рівень інтелектуального потенціалу персоналу банку, можливостей розробки інноваційних банківських продуктів та послуг.

У свою чергу, розвиток ринку банківських послуг залежить від готовності банків змінюватися та адаптуватися під потреби клієнтів. На 01.12.2015 р. в Україні працює 120 банків (без урахування неплатоспроможних), кожен з них має свою напрацьовану базу клієнтів, тому подальше нарощування клієнтської бази має будуватися на залученні молодого покоління або на переманюванні клієнтів у банків-конкурентів. Полегшити цей процес здатні тільки банківські інновації, зміна сервісу та новітні технології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду особливостей і переваг банківських інновацій присвячені дослідження значної кількості вітчизняних економістів, зокрема, С. Афоніна, І. Балабанова, В. Бехделева, В. Бодаковського, В. Боровкова, Л. Братків, О. Гончарук, М. Дзямудича, С. Єгоричева, С. Князь, О. Лаврушина, О. Мошенця, Т. Неклюдова, А. Несторук, Н. Савинської, І. Сидо-

рук, В. Сизоненко, В. Ткачук, А. Тимченко, Н. Чижа, Т. Юхименко, С. Яковенко, О. Якушевої.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте спектр інноваційних продуктів постійно оновлюється, що потребує регулярного моніторингу структури клієнтської бази, вивчення потреб населення в банківських продуктах, аналізу провідного зарубіжного досвіду в контексті можливостей його впровадження в Україні, оскільки в умовах економічної нестабільності банки повинні використовувати весь свій інтелектуальний потенціал та досвід розвинутих країн, щоб зберегти свої позиції на фінансовому ринку України та не втратити, а іноді вже й намагатись повернути довіру та інтерес своїх клієнтів. Тому проблематика щодо розробки та впровадження інноваційних банківських продуктів відіграє важливу роль у поточній діяльності кожного сучасного вітчизняного комерційного банку і, зокрема, потребує досліджень у напрямку сприяння окресленим вище процесам.

Мета статті полягає у систематизації підходів до визначення змісту банківської інновації, з'ясуванні причин її появи, аналізі міжнародного та українського досвіду та специфіки впровадження банківських інновацій, перспектив вітчизняних комерційних банків щодо впровадження новітніх продуктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звертаючись до уточнення сутності банківських інновацій, доцільно перш за все згадати визначення власне інновації.

Відповідно до більшості підходів, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що виражається у вигляді нового чи удосконаленого

продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті та який починає активно використовуватися у практичній діяльності та має суспільну перевагу.

З приводу визначення поняття «банківська інновація» слід зазначити, що не має його чіткого єдиного визначення в сучасній літературі, тому доцільно в табл. 1 розглянути найбільш відомі підходи.

Таблиця 1
Підходи до визначення поняття «банківська інновація»

Автор	Трактування поняття «банківська інновація»
О. Лаврушин [1]	Синтетичне поняття про діяльність банку, яка спрямована на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою втілення нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутків.
І. Балабанов, О. Гончарук, В. Боровков, Н. Савинська, С. Афонін [2]	Це реалізований у формі нового банківського продукту чи послуги кінцевий результат інноваційної діяльності банку.
С. Яковенко, А. Тимченко [3]	Методи інституційної організації банківських процесів і моделей їх поведінки в сучасному фінансовому світі, що знаходять своє вираження в появі нових банківських технологій, послуг, продуктів, націлених на зростання ефективності діяльності комерційного банку та її соціальної складової.
С. Єгоричева [4]	У вузькому значенні – це впровадження нових або суттєво вдосконалених банківських продуктів і послуг, які відповідають існуючим або потенційним фінансовим потребам клієнтів, власним інтересам банку та вимогам банківського законодавства, надають зацікавленим сторонам додаткові вигоди та є результатами банківського інжинірингу. У широкому розумінні – це процес створення додаткової цінності для клієнтів, працівників та власників банку шляхом внесення якісних змін в усі сфери його діяльності – продукти, послуги, процеси, бізнес-моделі та стратегії, що стали результатом практичної реалізації нових ідей, знань та стороннього досвіду.

Узагальнюючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що банківські інновації – це результат діяльності банку, спрямований на створення нових продуктів та технологій, а також інноваційних методів управління банківською установою з метою отримання додаткових доходів та конкурентних переваг.

Отже, поняття банківської інновації може бути застосовано до будь-яких нововведень у всіх сферах функціонування банку, що дає змогу досягти визначеного позитивного економічного або стратегічного ефекту (приріст клієнтської бази, збільшення частки ринку, скорочення витрат на проведення певного виду операцій тощо).

При цьому як новий продукт чи послуга банківська інновація проявляє себе тільки в процесі своєї реалізації на фінансовому ринку або всередині банку, а попит на інноваційний банківський продукт чи послугу визначає його ступінь новизни [5].

Причиною появи банківських інновацій, з одного боку, є підтримка банком стійкого зв'язку з клієнтами, яка заснована на партнерських відносинах. Це означає, що банки турбуються не тільки про збе-

реження, а й про примноження капіталу своїх клієнтів. Досягають вони цього тим, що пропонують інноваційні продукти, які, своєю чергою, сприяють розширенню напрямів їх діяльності, зниженню витрат, розвитку ділової активності і підвищенню прибутковості.

З іншого боку, передумовою появи банківських інновацій є конкуренція між банківськими та іншими фінансовими інститутами в умовах постійного розвитку фінансового ринку.

У світовій практиці зазвичай виділяють наступні види банківських інновацій:

- банківський продукт на нових сегментах ринку;
- інновації як освоєння напрямів діяльності у нових сферах фінансового ринку;
- нові методи управління готівкою та використання нових інформаційних технологій;
- модифіковані послуги фінансового посередництва, спрямовані на зниження операційних витрат та більш ефективного управління активами та зобов'язаннями;
- нові продукти в традиційних сегментах позичкових капіталів.

Сьогодні банківська інновація в Україні виражається найчастіше у появі нових банківських продуктів.

Банківський продукт – це набір модифікованих банківських і фінансових операцій для вирішення будь-якої потреби клієнта, який можна позиціонувати як нову банківську послугу або поєднання традиційних послуг банку, вибудоване в технологічний ланцюг, що дозволяє вирішувати конкретну проблему клієнта і задовольняти його попит у комплексному обслуговуванні.

Новий банківський продукт буває одиничним і масовим.

Одиничний банківський продукт – це індивідуальний продукт, він має характерні, тільки йому притаманні особливості, які виділяють його серед інших банківських продуктів, він також має чітко визначене коло своїх покупців.

Масовий банківський продукт – це продукт без різко вираженої індивідуальності, у нього немає особливих характерних рис, тому він розрізняється тільки за видами продукту або фінансового активу і випускається в розрахунку на широке коло споживачів та інвесторів.

Окрім того, новий банківський продукт може бути лімітованим і нелімітованим.

Лімітований банківський продукт – це продукт, обсяг або кількість випуску якого суворо квотується. Цей обсяг устанавлюється при випуску продукту, який визначається багатьма факторами: розміром статутного капіталу акціонерного банку, попитом покупців і т. д.

Нелімітований банківський продукт являє собою продукт, обсяг (кількість) випуску якого не обмежено квотами, нормами чи умовами, він розробляється в розрахунку на можливого потенційного покупця [6, с. 137].

Інноваційні банківські продукти, зміна сервісу та новітні технології у вітчизняних банках дозволяють полегшити процес нарощування клієнтської бази насамперед шляхом залучення молодого покоління або на переманюванні клієнтів у банків-конкурентів. У подальшому розвиток ринку банківських послуг України залежить від більш активної готовності банків швидко адаптуватися під потреби більш широкого діапазону клієнтів.

Для того щоб з'ясувати, наскільки сучасними є зарубіжні інноваційні банківські продукти, необхідно

звернутись до досвіду провідних банків світу. Так, наприклад, Royal Bank of Canada сьогодні тестує інноваційний Bradlet, який дозволяє заміряти частоту серцебиття людини та ідентифікувати людину при скоєнні безконтактних платежів. Канадський банк CIBC Bank створив та запропонував своїм клієнтам нову кредитну карту – «Кобренд» у співробітництві з відомою мережею ресторанів Tim Hortons. Ця інноваційна картка має кнопки, тому при здійсненні покупок або оплати рахунку в ресторані клієнт обирає потрібну йому кнопку і здійснює платіж. За оплату покупок клієнт заробляє бонусні бали, які потім можна використати в ресторані. А банк Westpac з Нової Зеландії запровадив ідентифікацію при вході у мобільний додаток за допомогою сканування пальця, що підвищило захист рахунків клієнта [7].

На нашу думку, найбільш цікавими банківськими інноваціями, які могли б бути започатковані на Україні, слід уважати:

1). Депозитний проект SmartyPig від WestBank (Великобританія), який побудований за принципом соціальної мережі – треба зареєструватися, виставити цілі, на які призначено вклад, запросити друзів. Такий вклад носить дуже конструктивний характер – людині прищеплюється звичка постійно усвідомлювати свої потреби та визначати засоби їх досягнення.

2). Проект Keep the change від Bank of America – у процесі покупки банк округлює суму, а різницю залишає клієнту на окремому ощадному рахунку.

3). CIBC Bank (Канада) створив та запропонував своїм клієнтам нову кредитну карту – «Кобренд» у співробітництві з відомою мережею ресторанів Tim Hortons. Ця інноваційна картка має кнопки, тому при здійсненні покупок або оплати рахунку в ресторані клієнт обирає потрібну йому кнопку і здійснює платіж.

4). Сервіс P2P-перекази через мобільний телефон, який представлений на ринку банківських послуг як Oborau, Hal-Cash от Bankinter, POPmoney от PNCBank. Суть його полягає в тому, що для переказу грошей не потрібно знати прізвище, банк та номер рахунку. Все, що потрібно, – зареєструватися в проекті P2P-переказів і відправити гроші парою натиснень кнопок на телефоні. Якщо телефон уже є в системі і він прив'язаний до рахунку в банку, то гроші придуть прямо на нього, а якщо номера в системі немає, то рахунок буде відкрито автоматично [8].

За останнє десятиріччя український банківський сектор також суттєво змінився, він представлений новими технологіями, продуктами та підходом до клієнта. На сьогодні найбільш розповсюдженими є такі види вітчизняних інноваційних банківських продуктів:

1) мобільний банкінг – завдяки мобільному телефону можна здійснити більшість операцій із власними рахунками, він відкриває великий спектр послуг, зокрема, залишок по рахунку, платежі, перекази коштів, кредити однієї фізичної особи іншій тощо. Як уважають експерти, мобільний телефон замінить пластикову картку як засіб платежу вже через кілька років. Саме за допомогою NFC-чипів, які вбудовані у телефон, буде відбуватися ідентифікація клієнта, тому зникне потреба в паспорті, тому що ідентифікація клієнта банком стане можливою лише за допомогою телефона. Сьогодні ця тенденція з'явилася на ринках США і Європи, де ідентифікація вже відбувається навіть за адресою електронної пошти клієнта;

2) Інтернет-банкінг – ключова новація майбутнього десятиліття, яка сьогодні пропонується клієнтам більшістю банків. Україна входить у топ-10

країн Європи за кількістю користувачів, але через низьке проникнення в регіони все ще має значний потенціал зростання Інтернет-аудиторії у майбутньому. Для банків це відкриває великі можливості, тому експерти роблять основну ставку саме на розвиток віддаленого банкінгу;

3) «зона 24» – за допомогою цього продукту клієнт може самостійно керувати своїми рахунками, одержувати консультацію фахівця call-центру, залишити заявку на одержання послуги, записатися на обслуговування в будь-яке відділення банку. Практично кожна «зона 24» оснащена банкоматом, модулем поповнення готівкою CashIn, телефоном доступу до інформаційної служби. Цей напрямок банківської діяльності продовжує вдосконалюватися;

4) електронний залишок – упровадження даної послуги в касах банку дозволяє скоротити витрати на обіг монет, оскільки залишок менше однієї гривні зраховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера;

5) POS-термінали в торговельних мережах – на відміну від західних країн вони не привели до глобальної революції в українському безготівковому просторі. Однак сьогоднішні 5% безготівкових операцій з платіжними картками все-таки змушують банків вірити в посилення цього тренда в найближчі п'ять років. У майбутньому POS-термінали будуть установлювати самі торговці, оскільки в оплату будуть прийматися не пластикові картки, а інформація з NFC-чипів, вбудованих у телефон. Тим часом термінали самообслуговування, що з'явилися кілька років тому, набирають популярності як у банківських відділеннях, так і за їхніми межами [9].

Сьогодні в Україні найбільш інноваційними банками є «ПриватБанк», «Райффайзен банк Аваль», «Альфа-Банк», «ОТП Банк» та ін. Вони вже більше десятиріччя виділяються поміж інших банків наданням таких інноваційних продуктів, як смс-банкінг та Інтернет-банкінг.

Лідуючу позицію на разі займає ПАТ «ПриватБанк», який уперше в історії українського банківського ринку став фіналістом одного із самих престижних світових банківських рейтингів Retail Banker International Awards, причому однією із номінацій була «Краща інновація в платежах». «ПриватБанк» – найбільший український банк, який входить до топ-10 провідних банків Центральної та Східної Європи. Він також є одним з найбільш інноваційних банків світу. До останніх інновацій згаданого банку, які отримали визнання по всьому світі, належать наступні продукти: платіжний міні-термінал, вхід в Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, оцифровані платіжні картки, а також десятки різноманітних мобільних додатків [10].

У 2014 р. на форумі банківських інновацій FinovateSpring 2014 в місті Сан-Хосе, Каліфорнія, команда «ПриватБанку» представила перший у світі безконтактний Android-банкомат. Новий банкомат дозволяє для зняття грошей використовувати замість типової клавіатури смартфон або Google Glass. За підсумками голосування журі, topless-банкомат «ПриватБанку» було визнано переможцем FinovateSpring 2014, а його оригінальна презентація отримала приз Best of Show.

Найбільш унікальними та цікавими для клієнтів є такі інновації «ПриватБанку», які повинні привернути пильну увагу інших вітчизняних банківських установ:

1) QR-банкінг – це ноу-хау забезпечує легку оплату рахунків, товарів та Інтернет-покупок про-

сто через QR-код за безконтактною банківською системою. Потрібно сфотографувати код з квадратиків, який відразу розпізнається через мобільний Інтернет, спрямовує безпосередньо на сторінку оплати, після чого треба ввести тільки свій персональний пароль. Величезний плюс у тому, що тепер не завжди потрібно носити з собою пластикову карту. А це процес покупок, зняття готівки та інших операцій стане швидше. Все, що потрібно, – це найпростіший смартфон з камерою і вбудованим банківським додатком. На сьогодні понад 1000 українських магазинів надають можливість оплачувати покупки скануванням QR-коду, більшість з них знаходяться в Києві. Завдяки QR-банкінгу у «ПриватБанку» був змінений логотип. Тепер замість чорного квадрата – QR-код;

2) розумна заправка – один з нових корисних додатків «Приват24». За допомогою цього сервісу заправитися бензином можна без черги на касі і навіть не пропускаючи улюблений трек, що грає по радіо в машині. «Розумна заправка» знаходить заправку по GPS-координатам, після чого вибирається номер колонки, марка бензину і кількість літрів або сума, на яку необхідно заправитися через телефон. Потім оплачується операція через додаток в онлайн-режимі. У результаті – економія часу, більш безпечний розрахунок, коли не потрібно пам'ятати пін-коди і возити з собою кредитну карту;

3) Send money – нова послуга, що дозволяє переводити гроші за номером мобільного телефону одержувача. Ідея в тому, що не потрібно вводити 14-значний номер, як раніше, а просто номер телефону того, кому необхідно відправити гроші. Далі система працює вже з людиною-одержувачем, яка повинна ввести дані своєї карти і підтвердити переказ. Для цього потрібно зайти в додаток, ввести номер мобільного телефону, суму і вибрати, з якої карти списувати кошти. Що важливо, одержувач може бути клієнтом будь-якого іншого банку системи Visa або Master Card, і знову ж таки не потрібно запам'ятовувати, записувати довгі номери карт і довго возитися з їх введенням в систему;

4) фотокаса – ще одна новинка для смартфонів. За фотографіями рахунків і комунальних платежів працівники «ПриватБанку» самі створюють усі необхідні документи, які потім приходять на e-mail як відскановане фото. Усе, що потрібно зробити, це сфотографувати невідомий папірець, який потрібно сплатити, смс-кою відправити його в банк і підтвердити операцію [11].

У цілому, інноваційна політика «ПриватБанку» орієнтована на впровадження на українському ринку принципово нових провідних банківських послуг, які надають клієнтам широкі можливості управління своїми фінансами.

Висновки. Розвиток та створення нових банківських інновацій відіграють важливу роль у діяльності комерційних банків не тільки для підтримки конкурентного рівня, але й насамперед для підтримки і залучення нових клієнтів. Можна ствер-

джувати, що банківська інновація є віддзеркаленням інтелектуального потенціалу персоналу банку. Так, в Україні найбільш інноваційним банком, на нашу думку, слід уважати «ПриватБанк», який займає лідируючу позицію серед інших банків та відзнаки на міжнародному рівні за свої інновації. Тому іншим банківським установам доцільно приділити більше уваги вивченню досвіду у сфері впровадження інноваційних продуктів «ПриватБанку».

Не можна заперечити той факт, що банківські інновації є невід'ємною реальністю і об'єктивною необхідністю комерційних банків України, які повинні активізувати свою діяльність за цим напрямом, швидше адаптуватися до мінливих потреб їх клієнтів. Перспективними сферами інноваційної діяльності вітчизняних банків слід уважати, крім мобільного та Інтернет-банкінгу, «Зони 24», «Електронного залишку», POS-терміналів та нових кредитних та депозитних продуктів: новації в комунікаційній політиці банку, розвиток платіжних систем та інструментів, зміну підходів до банківського реінжинірингу, а також оцінку ефективності розроблених інновацій банківськими установами. Тому в подальших дослідженнях важливо більше уваги приділити висвітленню питань у сфері банківського реінжинірингу та оцінки ефективності інноваційних продуктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Банковский менеджмент / Под ред. д.э.н., проф. О.И. Лаврушина; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус. – 2009. – 560 с.
2. Банки та банківська справа / І.Т. Балабанова, О.В. Гончарук, В.А. Боровкова [та ін.]. – СПб.: Питер, 2003. – 301с.
3. Яковенко С.Н. Фінансові інновації в діяльності комерційних банків: теоретико-економічні аспекти / С.Н. Яковенко, А.А. Тимченко // Сучасні проблеми науки та освіти. – 2013. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scienceeducation.ru/pdf/2013/2/53.pdf>.
4. Єгоричева С.Б. Банківські інновації: [навч. посіб.] / С.Б. Єгоричева. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 208 с.
5. Bernardo Batiz-Lazo, Kassa Woldeesenbet The Dynamics of Product and Process Innovatoin in UK Banking. – New Economic Papers, 03.05.2004.
6. Банки і банківська справа: [підручник для бакалаврів] / Під ред. В.А. Боровкової; 3-тє вид., перероб. та доп. – М.: Юрайт, 2016. – 623 с.
7. Філіна Ф. Банк майбутнього: без черг, без людей, без співробітників / Ф. Філіна // Інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://i.rbc.ru/publication/analytic/bank_budushchego_bez_ocheredejbez_lyudejbez.
8. 10 банківських продуктів для copy-paste [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sostav.ru/blogs/27523/4661/>.
9. Мошинець О. Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О. Мошинець // Україна фінансова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/gkr/168.htm.
10. Офіційний сайт КБ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua/about/>.
11. Сизотова Є. П'ять незвичайних інновацій «ПриватБанку» в місті / Є. Сизотова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gloss.ua/story/gloss_news/article/74057.

УДК 19.6+517

Ігнатишин М.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Мукачівського державного університету

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЙ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗПОДІЛУ ТОВАРУ НА РИНКУ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЦІНОВІ РІШЕННЯ

У статті побудовано математичні моделі стосунків двох гравців – «торгове підприємство – покупець», «виробник – торгове підприємство». Отримано розв'язок задачі «торгове підприємство – покупець» у вигляді оптимального розподілу вільних коштів торгової організації на придбання того чи іншого товару. Знайдено оптимальну стратегію стосунків «виробник – торгове підприємство».

Ключові слова: ціноутворення, конкурентне середовище, матричні ігри, моделювання стратегії.

Игнатишин М.В. МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ ОПТИМАЛЬНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРА НА РЫНКЕ И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ЦЕНОВЫЕ РЕШЕНИЯ

В статье построены математические модели отношений двух игроков – «торговое предприятие – покупатель», «производитель – торговое предприятие». Получено решение задачи «торговое предприятие – покупатель» в виде оптимального распределения свободных средств торговой организации на приобретение того или иного товара. Найдена оптимальная стратегия отношений «производитель – торговое предприятие».

Ключевые слова: ценообразование, конкурентная среда, матричные игры, моделирование стратегии.

Ignatashin M.M. DESIGN OF STRATEGIES OF PRODUCTS' OPTIMAL DISTRIBUTION ON THE MARKET AND FACTORS AFFECTING THE PRICE DECISION

Mathematical models of relations between the two players: trade company-buyer, the manufacturer – commercial enterprise have been built in the article. The solution of the problem of «commercial enterprise-buyer» has been obtained in the form of the optimal allocation of available funds of the trade organization for the purchase of a product. The optimal strategy of relations «manufacturer – commercial enterprise» has been found.

Keywords: pricing, competitive environment, matrix games, simulation of strategy.

Постановка проблеми. З теорії і практики розвитку економічних систем відомо, що економічні відносини у суспільстві формуються навколо ціни, яка визначає принципи і засади перерозподілу вартостей, а також рівень добробуту учасників ринку. У ринковому середовищі політика цін та управління ціноутворенням відіграють настільки важливу роль у діяльності фірми, що це є одним із основних моментів її стратегічного розвитку. З метою розробки якісної політики ціноутворення фірми необхідно відпрацювати збір інформації про ринок, його дослідження, підготовку та пропонування нових товарів, а також оптимальну організацію збуту. На підставі аналізу зібраної інформації про ринок підприємство розробляє свою політику ціноутворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, уперше використання стратегічної матриці для ринкового аналізу було запропоновано американським дослідником І. Ансоффом у 1957 р. Ідея вченого полягала в тому, що існує дуже широкий вибір продуктів, які можна виробляти та пропонувати ринкові, і ринків, на яких можна працювати, тому підприємство може мати великий вибір різних стратегій. Матриця І. Ансоффа враховує взаємозв'язок між станом розвитку продуктів і ринків, пропонує варіанти стратегічного вектора зростання, що задасть напрямок укріплення конкурентоспроможності підприємства [1, с. 41].

В.В Романюк [2, с. 62] розглядає теоретичне підґрунтя для дослідження ефективності різних способів реалізації гравцями їх оптимальних змішаних стратегій у довільній матричній 2 2-грі без сітлової точки із скінченним числом партій гри. Кожен спосіб з цього моменту буде називатися тактикою перебору чистих стратегій.

І.Д. Погореловською [3, с. 30] розглянуто можливість застосування теорії ігор для визначення оптимальної поведінки інспектора у конфліктній ситуації.

М.В. Чорна [4, с. 213] досліджує обґрунтування методичного підходу до оцінки структури попиту на продукцію підприємств ресторанного господарства та ін.

Разом з тим подальшого розвитку потребують питання управління ціновою політикою в умовах загострення конкуренції та мінливості цінової ситуації, що зумовлює необхідність використовувати різні методи, теорії ігор для моделювання процесів та явищ, характерних для економіки України

Мета статті полягає у побудові платіжної матриці гри «виробник – торгове підприємство» та змішаного розв'язку гри та гри «торгове підприємство – покупець».

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання правильно сформована цінова і товарна стратегія підприємства фокусує увагу не тільки на визначенні асортиментного переліку продукції, але й дає змогу забезпечити підґрунтя капіталізації підприємства, збалансувати його виробничу діяльність, ризикованість і результативність управлінських рішень.

Ціна є результатом домовленості між покупцем і продавцем товару чи послуги. В умовах вітчизняного ринку ціни на продукцію підприємств устанавлюються з урахуванням особливостей кон'юнктури ринку, тобто характеру ринку та попиту, конкуренції, економіки, посередників, влади та інших чинників.

На рівень цін підприємства впливають як ендогенні, так і екзогенні фактори. На рис. 1 наведено чинники впливу, від яких залежить ціноутворення.

На сьогодні з метою забезпечення стійкості, високого рівня конкурентоспроможності підприємства фахівці повинні якісно забезпечувати зважену цінову політику, яка суттєво впливає на стратегічні цілі підприємства і базується на послідовних етапах.

На першому етапі проводиться обґрунтованість стратегічних рішень в області ціноутворення й ефективність їх реалізації, які базуються на якісних характеристиках інформації, якою володіє підприємство.

На другому етапі проводяться аналіз та оцінка внутрішніх і зовнішніх факторів з метою виявлення можливостей, відповідних умов і обмежень для реалізації тієї чи іншої цінової стратегії. На цьому етапі особливу роль відіграє стратегічне позиціонування на ринку конкуруючих підприємств. З метою виявлення найбільш активних конкурентів необхідно провести поглиблений аналіз їхніх цінових стратегій і конкурентної поведінки. Для цього пропонується використовувати матрицю «темпи росту частки ринку – тип конкурентної стратегії».

Третій етап формування методики цінової стратегії полягає у розрахунку базового рівня ціни з урахуванням поточних цін конкурентів і можливої реакції споживачів.

Вирішити це завдання можна за допомогою використання теорії ігор.

Нами сформульована і розв'язана задача оптимізації розподілу товару між виробниками та торговими підприємствами із застосуванням теорії матричних ігор та знаходженням змішаних стратегій поведінки двох гравців – «виробників» та «торгових підприємств».

Гра «виробник – торгове підприємство».

Наші розрахунки проведені на прикладі визначення цін на чоловічі костюми, що реалізуються підприємствами-виробниками в Закарпатській області (табл. 1). Для цього сформуємо платіжну матрицю (A), яка передбачає розгляд шести стратегій для

виробників однорідної продукції і двох можливих стратегій для торгових підприємств.

$$A = \begin{pmatrix} 1180 & 1120 & 1160 & 1150 & 1130 & 1140 \\ 1140 & 1150 & 1130 & 1135 & 1160 & 1105 \end{pmatrix}$$

Таблиця 1

Рівні цін основних конкурентів при двох способах продажу товару

Виробники	Рівні цін при способах продажу	
	ярмарки	фірмові магазини
ПАТ «Мрія»	1180,00	1140,00
ПАТ «Гроно текс»	1120,00	1150,00
ПАТ «Едельвейс – Лего»	1160,00	1130,00
ПАТ «Мукачівська швейна фабрика»	1150,00	1135,00
ТОВ «Ужгородська швейна фабрика»	1130,00	1160,00
СП «Віад – Сейлс Мукачево»	1140,00	1105,00

Число 1150, що знаходиться на перетинанні другого рядка і другого стовпця, означає попередню ціну угоди між партнерами (другим виробником і другим споживачем). Необхідно знайти оптимальний розподіл товару між виробниками та торговими підприємствами. З цією метою сформулюємо та розв'яжемо двоїсту задачу.



Рис. 1. Види конкурентного середовища та чинники впливу на цінові рішення

Пряма задача:

$$\begin{cases} v \rightarrow \max \\ 1180 \cdot x_1 + 1120 \cdot x_2 + 1160 \cdot x_3 + 1150 \cdot x_4 + 1130 \cdot x_5 + 1140 \cdot x_6 \leq v \\ 1140 \cdot x_1 + 1150 \cdot x_2 + 1130 \cdot x_3 + 1135 \cdot x_4 + 1160 \cdot x_5 + 1105 \cdot x_6 \leq v \\ x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6 = 1 \\ x_1 \geq 0; x_2 \geq 0; x_3 \geq 0; x_4 \geq 0; x_5 \geq 0; x_6 \geq 0, \end{cases}$$

де v – ціна гри виробників.

x_j – ймовірність того, що j -й виробник ($j = 1, 2, \dots, 6$) буде визначальним у ціноутворенні.

Оптимальне рішення задачі виробників:

$$v^* = 1129; x_1 = 0; x_2 = 0,54; x_3 = 0; x_4 = 0; x_5 = 0; x_6 = 0,46;$$

Двоїста задача:

$$\begin{cases} u \rightarrow \min \\ 1180 \cdot y_1 + 1140 \cdot y_2 \geq u \\ 1120 \cdot y_1 + 1150 \cdot y_2 \geq u \\ 1160 \cdot y_1 + 1130 \cdot y_2 \geq u \\ 1150 \cdot y_1 + 1135 \cdot y_2 \geq u \\ 1130 \cdot y_1 + 1160 \cdot y_2 \geq u \\ 1140 \cdot y_1 + 1105 \cdot y_2 \geq u \\ y_1 + y_2 = 1 \\ y_1 \geq 0; y_2 \geq 0, \end{cases}$$

де u – ціна гри торгових підприємств, грн.; y_i – ймовірність того, що i -е торгове підприємство ($i = 1, 2$) буде визначальним у ціноутворенні.

Оптимальне рішення задачі торгових підприємств:

$$u^* = 1129; y_1 = 0,69; y_2 = 0,31.$$

Гра має сідлову точку у змішаних стратегіях, а ціна гри, що відповідає оптимальній ринковій ціні, дорівнює:

$$v^* = u^* = 1129 \text{ грн.}$$

З отриманих розв'язків прямої і двоїстої задач випливає, що торгові підприємства мають придбати:

- у другого виробника 54% продукції і розподілити 37% на ярмарку та 17% на фірмові магазини;
- у шостого виробника 46% продукції і розподілити 32% на ярмарку та 14% на фірмові магазини.

Ринок розподілений між двома підприємствами – № 2 та № 6. Виробники № 1, 3, 4, 5 для виходу на ринок повинні відкоригувати попередню ціну угоди з торговими підприємствами.

Гра «торгове підприємство – покупець».

Припустимо, що в торговому підприємстві (ТП, магазин, база) є n типів товару. У торгове підприємство необхідно завести тільки один із n типів даного товару. Необхідно вибрати той тип товару, котрий доцільно завести. Якщо i -й товар має попит, ТП отримує виручку і прибуток від продажу. Якщо товар не матиме попиту, ТП зазнає збитків пов'язаних із зберіганням, псуванням тощо.

Для реальних ситуацій характерна невизначеність попиту. У такому випадку формалізація фінансово-економічної ситуації ТП може бути здійснена в рамках теорії скінчених матричних ігор. Моделлю конфлікту інтересів торгового підприємства і покупця буде матрична гра, в якій ТП (гравець 1), покупець (гравець 2). Кожна з сторін має n чистих стратегій: i -та стратегія гравця 1 – завіз i -го товару, j -та стратегія гравця 2 – попит на j -й товар. Очевидно, корисним для гравця 1 буде отримати дохід і уникнути збитків. У цьому випадку антагоністична гра з точки зору ТП задається платіжною матрицею гравця 1.

Будуємо скінчену платіжну матрицю гри для гравця 1, що моделює стосунки «ТП – покупець». Вихідну інформацію для побудови матриці позначимо так:

- A_i – виручка від продажу i -го товару;
- B_j – залишок i -го товару на складі ТП;
- T_i – термін придатності i -го товару ($i = 1, \dots, N$).

Для врахування сезонності та інерції попиту виручку вважаємо сумою

$$A_i = kA_i^{(-12)} + (1-k)A_i^{(-1)}, \quad (1)$$

де $A_i^{(-12)}$ – виручка від продажу i -го товару 12 місяців тому (сезонність попиту);

$A_i^{(-1)}$ – виручка від продажу i -го товару 1 місяць тому (інерція попиту);

k – ваговий коефіцієнт продажу, що враховує сезонність торгівлі ($0 \leq k \leq 1$).

Δ – макроекономічний показник, що впливає на купівельну спроможність покупців (відносний приріст інфляції, відносний приріст вартості споживчого кошика тощо).

Побудуємо матрицю гри для двох випадків.

1. Високий попит. Гравець 1 отримає максимальну виручку і прибуток, якщо завезе товар, що користується попитом, весь товар буде куплено. Діагональні елементи платіжної матриці H_{ii} будуть рівні одиниці:

$$H_{ii} = 1, \quad (2)$$

інші будуть від'ємні:

$$H_{ij} = - \left[\frac{B_j}{T_j [B_j + kA_j^{(-12)} + (1-k)A_j^{(-1)}]} \right]^{1+\Delta} \quad (3)$$

вони математично формалізують збитки, зумовлені зберіганням, псуванням, і т.п. завезеного товару і залишків товару на складі ТП. Ці збитки пропорційні залишкам товару на складі ТП та обернено пропорційні терміну зберігання та прогнозованому рівню попиту на товар. При високому попиті можна вважати, що буде реалізовано весь товар – і завезений, і залишки на складі.

Низький попит. Гравець 1 отримає максимальні виручку і прибуток, якщо завезе товар, що користується попитом, буде куплено тільки завезений товар. Діагональні елементи платіжної матриці H_{ii} будуть рівні одиниці. Інші будуть від'ємні:

$$H_{ij} = - \left[\frac{B_j}{T_j [kA_j^{(-12)} + (1-k)A_j^{(-1)}]} \right]^{1+\Delta}, \quad (4)$$

При низькому попиті можна вважати, що буде реалізовано тільки завезений товар. Платіжна матриця в даній задачі є квадратною. Отже, задачу можна представити системою рівнянь, що об'єднує невідомі оптимальні імовірності чистих стратегій p_i та невідому ціну гри v .

$$H^* = \begin{bmatrix} H^T & -1 \\ 1 & 0 \end{bmatrix}, V^* = \begin{bmatrix} 0 \\ 1 \end{bmatrix}, \eta = \begin{bmatrix} p \\ v \end{bmatrix} \quad (5)$$

Розв'язок задачі має вид:

$$\eta = [H^*]^{-1} V^* \quad (6)$$

Очевидно, $\sum_{i=1}^N p_i = 1$.

Розглянемо два числові приклади для оцінки адекватності побудованих моделей досліджуваній фінансово-економічній задачі стосунків «ТП – покупець». Вихідні дані та результати розрахунків наведені в табл. 2 та 3.

При числових розрахунках прийнято ваговий коефіцієнт сезонності $k = 0,5$, макроекономічний показник не враховувався $\Delta = 0$.

Числові приклади вибрані з таких міркувань (табл. 1):

- товар № 1 мав максимальний попит 12 місяців тому;
- товар № 2 мав максимальний попит місяць тому;
- товар № 3 є в максимальному залишку на складі;
- товар № 4 має максимальний термін зберігання;

Таблиця 2

Вихідні дані та результат розрахунку стратегії з високим попитом гравця 1

Високий попит	Назва товару	$A^{(-12)}$ тис. грн.	$A^{(-1)}$ тис. грн.	B тис. грн.	T місяців	p
	Товар № 1	90	30	30	1	0,212
	Товар № 2	30	90	30	1	0,212
	Товар № 3	30	30	90	1	0,162
	Товар № 4	30	30	30	2	0,226
	Товар № 5	30	30	30	1	0,188

Таблиця 3

Вихідні дані та результат розрахунку стратегії з низьким попитом гравця 1

Низький попит	Назва товару	$A^{(-12)}$ тис. грн.	$A^{(-1)}$ тис. грн.	B тис. грн.	T місяців	p
	Товар № 1	90	30	30	1	0,242
	Товар № 2	30	90	30	1	0,242
	Товар № 3	30	30	90	1	0,091
	Товар № 4	30	30	30	2	0,242
	Товар № 5	30	30	30	1	0,182

- товар № 5 має помірний попит, термін зберігання та залишки на складі ТП. Платіжні матриці, розраховані за даними табл. 1, будуть такими:

- високий попит

$$H = \begin{bmatrix} 1 & -0,333 & -0,75 & -0,25 & -0,5 \\ -0,333 & 1 & -0,75 & -0,25 & -0,5 \\ -0,333 & -0,333 & 1 & -0,25 & -0,5 \\ -0,333 & -0,333 & -0,75 & 1 & -0,5 \\ -0,333 & -0,333 & -0,75 & -0,25 & 1 \end{bmatrix} \quad (7)$$

- низький попит

$$H = \begin{bmatrix} 1 & -0,5 & -3 & -0,5 & -1 \\ -0,5 & 1 & -3 & -0,5 & -1 \\ -0,5 & -0,5 & 1 & -0,5 & -1 \\ -0,5 & -0,5 & -3 & 1 & -1 \\ -0,5 & -0,5 & -3 & -0,5 & 1 \end{bmatrix} \quad (8)$$

В останньому стовпчику табл. 1 числа p_i можуть трактуватись як частка вільних коштів ТП, що має бути виділена на закупівлю i -го товару. Кошти мають бути розподілені так, як указано в табл. 4.

Таблиця 4

Розподіл вільних коштів на придбання товару

Назва товару	Високий попит	Низький попит	Примітка
на товар № 1 – 21,2%	21,2%	24,2%	максимальна виручка 12 місяців тому
на товар № 2 – 21,2%	21,2%	24,2%	максимальна виручка 1 місяць тому
на товар № 3 – 16,2%	16,2%	9,10%	максимальний залишок на складі ТП
на товар № 4 – 22,6%	22,6%	24,2%	максимальний термін зберігання цього товару
на товар № 5 – 18,8%	18,8%	18,2%	товар не дає великої виручки і термін його зберігання не є вищим

Адекватність побудованої моделі досліджуваної фінансово-економічної задачі стосунків «ТП – покупець» впливає з табл. 4:

1. при високому і низькому попиті модель передбачає виділення більших коштів на товар, що давав більшу виручку та має більший термін зберігання (21,2%, 22,6%, 24,2%);

2. при високому і низькому попиті найменша кількість коштів виділяється на товар, що є у великому залишку на складі (16,2%, 9,10%);

3. при зниженні загального попиту покупців на товар з високого на низький запропонована математична модель передбачає зменшення закупівлі товару, що є в значному залишку на складі та дає меншу виручку (з 16,2% до 9,10%, з 18,8% до 18,2%) на користь товару, що дає більшу виручку (з 21,2% до 24,2%, з 22,6% до 24,2%).

Висновки. На основі проведених розрахунків показано корисність застосування теорії матричних скінчених антагоністичних ігор, що дало можливість знайти оптимальний розподіл товару між виробниками та торговими підприємствами, а також сформулювати оптимальну цінову стратегію гравців, опираючись на цінову і товарну політику конкурентів.

Дана тематика має перспективу дослідження з використанням теорії матричних ігор, стосовно розрахунків для порівняльної оцінки взаємодії різних підприємств, структурних підрозділів тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 2005. – 178 с.
2. Романюк В.В. Тактика перебору чистих стратегій як теоретичне підґрунтя для дослідження ефективності різних способів реалізації оптимальних змішаних стратегій / В.В. Романюк // Наукові вісті НТУУ «КПІ». – 2008. – № 3. – С. 61–68.
3. Погореловська І.Д. Деякі аспекти використання теорії ігор в адмініструванні податків / І.Д. Погореловська // Наук. вісник: зб. наук. праць Академії ДПС України. – 2003. – № 1(19). – С. 29–36.
4. Чорна М.В. Методичний підхід до оцінки структури попиту на продукцію підприємств ресторанного господарства / М.В. Чорна, О.Є. Чатченко // Бизнес Информ. – 2013. – № 11. – С. 212–216.

УДК 338.24(331.107:006.015.8)

Климаш Н.І.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Національного університету харчових технологій***Соловей К.В.***студентка
Національного університету харчових технологій***НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА»**

У статті розглянуто наукові погляди щодо дефініції «фінансова безпека», виділено та систематизовано ряд підходів її трактування. На основі результатів дослідження запропоновано власне тлумачення категорії «фінансова безпека підприємства» та уточнено її зміст. Обґрунтовано вплив фінансової безпеки суб'єктів господарювання на розвиток національної економіки.

Ключові слова: безпека, фінансова безпека підприємства, загрози фінансовій безпеці, захищеність фінансових інтересів.

Климаш Н.И., Соловей К.В. НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»

В статье рассмотрены научные взгляды относительно дефиниции «финансовая безопасность», выделен и систематизирован ряд подходов к ее трактовке. На основе результатов исследования предложено собственное толкование категории «финансовая безопасность предприятия» и уточнено ее содержание. Обосновано влияние финансовой безопасности субъектов хозяйствования на развитие национальной экономики.

Ключевые слова: безопасность, финансовая безопасность предприятия, угрозы финансовой безопасности, защищенность финансовых интересов.

Klimash N.I., Solovey K.V. SCIENTIFIC APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE CONCEPT «FINANCIAL SAFETY»

The scientific points of views of the essence of the concept «financial safety» are considered in the article and a number of approaches to its definition are analyzed and systematized. Our own definition of the essence of the category «companies' financial safety» based on the results of the research is offered and its meaning is clarified. The importance of companies' financial safety in ensuring the stability of the national economy is pointed out.

Keywords: safety, financial safety, financial safety threats, protection of financial interests.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання характеризуються постійним зростанням рівня невизначеності середовища функціонування, посиленням впливу факторів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру та виникненням фінансових ризиків. Йдеться про негативні наслідки фінансово-економічної кризи, неефективного управління економікою та розбалансованості основних макроекономічних показників на фоні внутрішньої тенденції росту цін на енергоносії та матеріально-сировинні ресурси.

Особливо відчутними для суб'єктів господарювання стали прояви інфляційних процесів та зривання купівельної спроможності населення; «викривлене» конкурентне середовище внаслідок «співпраці» бізнесу і влади; малокеровані процеси розвитку монопольних об'єктів промисловості, які, володіючи надмірним фінансовим потенціалом, витісняють з ринку менш конкурентоспроможні підприємства; ускладнення, зумовлені змінами в системі оподаткування та посиленням тінізації грошових потоків.

У зв'язку з високим рівнем конкуренції, нестачею фінансових ресурсів та неможливістю прогнозування розміру прибутку перед суб'єктами господарювання постає необхідність постійного пошуку джерел фінансування, форм і методів раціонального використання обмежених за обсягом ресурсів, ефективного управління підприємством та результативного використання інтелектуального і матеріального потенціалу.

Проблеми фінансово безпечного розвитку гостро постали не лише перед вітчизняними виробниками, а й перед Україною як державою, що прагне за короткий термін здійснити революційні за сутністю, глибокі й масштабні трансформації у соціально-еко-

номічній системі. Зазначені умови актуалізують проблеми захисту фінансових інтересів суб'єктів господарювання, а відтак, зумовлюють необхідність тлумачення терміну «фінансова безпека» та систематизації наукових підходів до даної проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам фінансової безпеки підприємств приділяють увагу у своїх працях такі вчені, як: Амосов О.Ю., Бланк І.О., Картузов Є.П., Качинський А.Б., Крюкова І.О., Лагодієнко Н.В., Могиліна Л.А., Мулик Я.І., Сусіденко О.В., Харченко О.С. та ін. Однак відсутність єдиного підходу до трактування сутності фінансової безпеки, що пов'язано передусім із багатогранністю і глибоким концептуальним змістом даного поняття, обумовлює потребу більш детального дослідження її понятійно-категоріального апарату.

Мета статті полягає у систематизації теоретичних поглядів та з'ясуванні сутності поняття «фінансова безпека підприємства».

Виклад основного матеріалу дослідження. Трактування поняття «фінансова безпека» доцільно розпочати з дослідження змістовної характеристики терміну «безпека». Етимологічною основою терміну «безпека» є іменник реса, що пов'язаний з дієсловом ректі – піклуватися, та означає «турбота, клопот» [1, с. 163]. У загальному розумінні поняття «безпека» – це стан захищеності від будь-чого. Воно може застосовуватись як до найбільш загальних речей, так і до конкретних ситуацій, пов'язаних з особистістю, державою чи підприємством. З урахуванням системного підходу безпека визначається як такий стан складної системи, при якому дія зовнішніх і внутрішніх факторів не призводить до погіршення системи або до неможливості її функціонування й розвитку [2, с. 59].

На думку вітчизняного науковця Качинського А.Б. [3, с. 63], безпека розглядається як захищеність країни від наявних чи потенційно можливих загроз.

Дослідження проблем фінансово-економічної безпеки на різних рівнях ієрархії управління економікою (держави, регіону, галузі, підприємства) у вітчизняній науці почалося відносно недавно. Так, у 1998 р. було ухвалено Концепцію економічної безпеки України [4], згідно з якою безпеку визначено як «...спроможність національної економіки забезпечити свій вільний, незалежний розвиток і утримати стабільність громадянського суспільства та його інститутів, а також достатній оборонний потенціал країни за всіляких несприятливих варіантів розвитку подій та здатність Української держави до захисту національних економічних інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз».

Виділення фінансової безпеки як домінантної складової економічної безпеки держави обумовлюється впливовістю державних фінансів на стан економічної системи країни в цілому.

У провідних ринково розвинутих країнах фінансова безпека фактично отожднюється з фінансовою стабільністю саме на макроекономічному рівні [5], що, на нашу думку, у достатній мірі підтверджують сучасні умови функціонування національних економік. Останнє полягає в тому, що ефективне управління фінансовим потенціалом країни, зміцнення позицій її фінансової самодостатності й посилення власного фінансового суверенітету є пріоритетною передумовою стабілізації економічної системи країни, забезпечення стану збалансованості та взаємоузгодженості її елементів.

У даному контексті забезпечення фінансової безпеки держави необхідно розглядати з позиції забезпечення динамічного розвитку національної економіки в цілому та окремо взятих суб'єктів господарювання як головної ланки економіки, що в довгостроковому періоді є показником дієвості процесів управління.

Медведева І.Б. [6, с. 8] дає чітке визначення місця безпеки в ієрархії потреб підприємства (рис. 1).

Наведена ієрархія дає змогу зробити висновок про те, що безпека є однією з базових потреб суб'єктів підприємництва, без задоволення якої неможлива реалізація їх інтересів вищого рівня, а отже, і досягнення місії та цілей. Об'єктивна необхідність формування системи фінансової безпеки підприємств пов'язана з потенційними можливостями змін та примноження їх виробничого, ресурсного та фінансового потенціалу. Таким чином, фінансова безпека підприємства є однією з передумов формування інших складових його безпеки, а також невід'ємним елементом процесів його функціонування та розвитку.

Більшість учених [7–10] трактують поняття «фінансова безпека підприємства», спираючись на визначенні фінансової безпеки держави, та досліджують його з позиції рівня забезпеченості фінансовими ресурсами, захищеності фінансових інтересів, механізму оптимізації їх розвитку, досягнення позитивної динаміки фінансового стану та відповідного рівня ліквідності.

Сусіденко О.В. у своєму дослідженні [7, с. 10] розглядає фінансову безпеку як цілеспрямований багаторівневий процес, який включає сукупність методів, ресурсів, важелів по забезпеченню захищеності фінансових інтересів суб'єкта господарювання від деструктивного впливу зовнішніх і внутрішніх фінансових загроз та формуванню рівноваги підприємства у поточній і стратегічній перспективі за умов конкурентного середовища.

Крюкова І.А. та Лагодієнко Н.В. [8, с. 213] визначають дане поняття як здатність до ефективного управління фінансовими потоками, що дозволяє забезпечити стійкий фінансовий стан, реалізацію фінансової стратегії та протидію наявним чи потенційним загрозам сталого розвитку підприємства.

Особливої уваги заслуговує трактування фінансової безпеки, запропоноване Харченко О.С.: «...це процес досягнення певного стану задля фінансового захисту від реальних та потенційних загроз зовнішнього та внутрішнього характеру, який визначається кількісними і якісними параметрами його платоспроможності та фінансової стійкості, збалансованістю фінансових інструментів та методів управління ними, забезпеченістю достатнім обсягом фінансових ресурсів з урахуванням формування комплексу пріоритетних фінансових інтересів та створення системи необхідних фінансових передумов стійкого зростання».

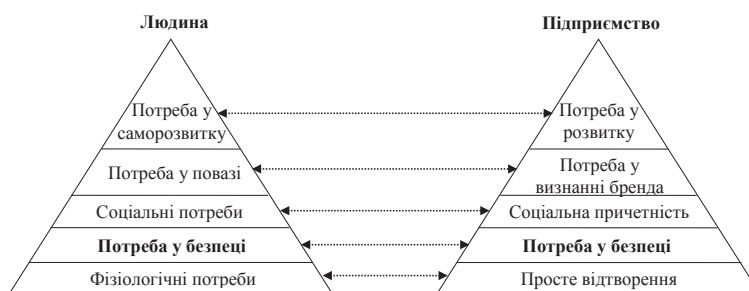


Рис. 1. Піраміда потреб людини та підприємства (відповідно до ієрархії потреб за А. Маслоу) [6, с. 8]

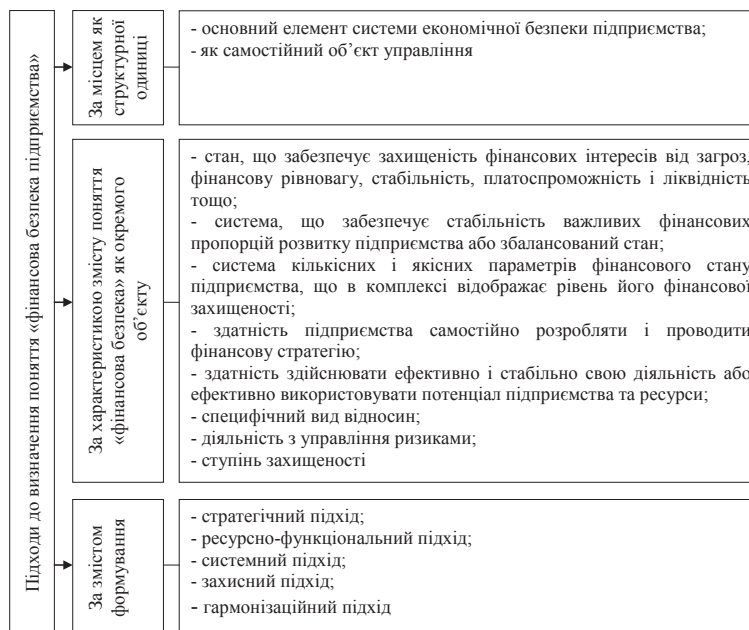


Рис. 2. Підходи до визначення поняття «фінансова безпека підприємства»

Джерело: систематизовано з урахуванням [7–12]

і розвитку в короткостроковому та довгостроковому періодах за умови постійного моніторингу фінансової безпеки та формування комплексу превентивних заходів та заходів контролю» [9, с. 7].

Найбільш комплексним і структурованим на разі можна визнати підхід, запропонований Бланком І.О. [10], на думку якого фінансова безпека підприємства – кількісно та якісно визначений рівень його фінансового стану, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього та внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні умови для фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному і перспективному періодах.

Аналіз наукових джерел дозволив виділити ряд підходів до трактування поняття «фінансова безпека підприємства» (рис. 2).

Наведені трактування дають змогу зробити висновок, що фінансова безпека підприємства є комплексним поняттям і пов'язана не стільки з внутрішнім станом самого підприємства, скільки із впливом

зовнішнього середовища та його суб'єктами, з якими підприємство вступає у взаємодію.

Ґрунтуючись на науковому узагальненні теоретичних підходів до визначення сутності поняття «фінансова безпека», а також уточненні взаємозв'язку її структурних елементів, пропонуємо визначати фінансову безпеку підприємства як підсистему економічної безпеки, яка спрямована на створення умов, вироблення механізмів протидії негативному впливу середовища на діяльність підприємства, адаптацію до змін із метою усунення, попередження чи мінімізації негативних наслідків шляхом раціонального використання фінансових ресурсів, гнучких фінансових інструментів та оптимального управління фінансовим потенціалом.

Варто враховувати, що у певний момент часу рівень фінансової безпеки визначається впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. При зміні факторів зовнішнього середовища перед окремим підприємством відкриваються нові можливості чи створюються додаткові труднощі (загрози), а відтак, потенційно можливе явище, яке створює небезпеку для реалізації фінансових інтересів підприємства. Відповідно, усвідомлена можливість настання негативних фінансових наслідків (збитку або фінансових втрат), спричинених прорахунками чи непрогнозованістю та некерованістю певних факторів у системі фінансової безпеки підприємства, відображається у категорії «ризик».

Термін «фінансова безпека» тісно пов'язаний із категоріями «загроза», «ризик», «фактор» та «стан», що робить необхідним пошук логічного, системного зв'язку між ними (рис. 3).

Наведена на рис. 3 схема відображає погляд на причину виникнення кризового стану на підприємстві через потенційно існуючі загрози. При цьому слід враховувати можливості управління процесами захисту підприємства – передбаченням, оцінкою та активним протистоянням загрозам.

Доцільним є обґрунтування взаємозалежності рівня фінансової безпеки держави та суб'єктів господарювання, що розкривається через зв'язок виникнення загроз на всіх рівнях фінансових відносин (рис. 4).

Забезпечення фінансової безпеки підприємств безпосередньо пов'язано із фінансовою безпекою держави, що є однією з домінантних проблем сучасної економіки. Особливо гостро ця проблема постає в умовах глобалізації світової економіки та інтеграції вітчизняного ринку до європейського економічного простору. Зростання взаємозалежності між макро- та мікрорівнями вимагає розробки та впровадження дієвих інструментів захисту фінансових інтересів підприємств як з боку державних органів, так і з боку самих підприємств.

Практика управління фінансово-господарською діяльністю вітчизняних підприємств свідчить про те, що саме низький рівень фінансової безпеки найчастіше стає причиною нестабільності їх діяльності, орієнтованості на боротьбу з результатами негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, а не на попередження та вчасну нейтралізацію потенційних

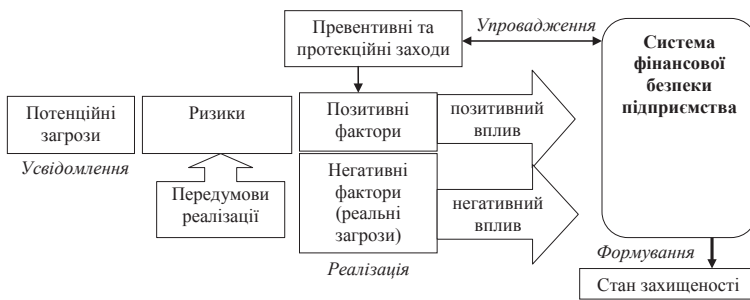


Рис. 3. Місце «загроз» та «ризиків» у системі фінансової безпеки підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [13]

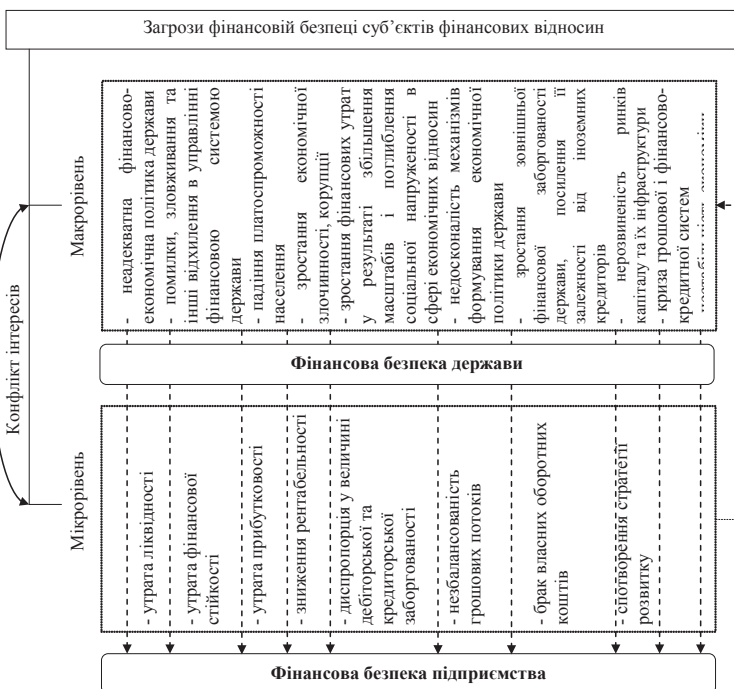


Рис. 4. Співвідношення загроз фінансовій безпеці суб'єктів фінансових відносин

Джерело: складено на основі [6, с. 32; 14]

ризиків та загроз, що, у свою чергу, призводить до неефективного використання наявних ресурсів.

Рівень фінансової безпеки підприємств відображає ступінь фінансового захисту від реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, який визначається кількісними і якісними індикаторами з урахуванням комплексу пріоритетних фінансових інтересів і створення системи необхідних фінансових передумов сталого зростання у короткостроковому і довгостроковому періодах.

Висновки. Отже, розглянуті основні підходи до трактування поняття «фінансова безпека» дають змогу зрозуміти його багатоаспектність і складну економічну природу. Фінансова безпека як комплексна концепція повинна займати чільне місце у системі управління підприємством та забезпечуватись усіма внутрішніми учасниками фінансово-економічних відносин.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Етимологічний словник української мови: у 7 т. Т. 1. / Укл.: Р.В. Болдирев [та ін.]; редкол.: О.С. Мельничук (гол. ред.) [та ін.]; АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні. – К.: Наукова думка, 1982. – 632 с.
2. Попович К.В. Етимологія та розвиток категорії «безпека» / К.В. Попович // *Управління розвитком*. – 2013. – № 21. – С. 58–61.
3. Качинський А.Б. Індикатори національної безпеки: визначення та застосування їх граничних значень: [монографія] / А.Б. Качинський. – К.: НІСД, 2013. – 104 с.
4. Концепція економічної безпеки України / Кер. проекту В.М. Геєць; Ін-т екон. прогнозування НАН України. – К.: Логос, 1999. – 56 с.
5. Allen W. A. Defining and achieving financial stability / William A. Allen, Geoffrey Wood // *Journal of Financial Stability*. – 2006. – Vol. 2. – № 2. – P. 152–172.
6. Медведева І.Б. Діагностування безпеки промислового підприємства у тривірневій системі фінансових відносин: [монографія] / І.Б. Медведева, М.Ю. Погосова. – Харків: ХНЕУ, 2011. – 264 с.
7. Сусіденко О.В. Фінансова безпека підприємства: теорія, методи, практика: [монографія] / О.В. Сусіденко. – К.: ЦУЛ, 2015. – 128 с.
8. Крюкова І.О., Лагодієнко Н.В. Імплементация потокових концепцій у науково-методичні аспекти управління фінансовою безпекою АПВ / І.О. Крюкова, Н.В. Лагодієнко // *Проблеми і перспективи економіки та управління*. – 2015. – № 2. – С. 212–218.
9. Харченко О.С. Управління платоспроможністю в системі фінансової безпеки підприємств: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.08 / О.С. Харченко; ПВНЗ «Європейський університет». – К., 2015. – 253 с.
10. Бланк І.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – Вып. 10. – 784 с.
11. Мулик Я.І. Сутність поняття «фінансова безпека підприємства»: систематизація наукових поглядів / Я.І. Мулик // *Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія «Економічні науки»*. – 2013. – Вип. 3(80). – С. 195–207.
12. Журавка Ф.О. Сутність і роль фінансової безпеки суб'єкта підприємництва в контексті забезпечення його економічної безпеки / Ф.О. Журавка, Л.А. Могиліна // *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. пр. ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»*. – 2012. – Вип. 35. – С. 16–24.
13. Могиліна Л.А. Сутність і співвідношення понять «загроза» та «ризик» у системі фінансової безпеки підприємства / Л.А. Могиліна // *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник тез доповідей XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції (24–25 жовтня 2013 р.): у 2-х т. Т. 2. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. – С. 117–119.*
14. Фінансова безпека в системі забезпечення національних інтересів: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, (18–19 квітня 2012 р.). – Полтава: ПолтНТУ, 2012. – 184 с.

УДК 336.761

Ковальова О.М.

кандидат економічних наук,
викладач кафедри фінансового менеджменту
та фондового ринку
Одеського національного економічного університету

ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто лістингові вимоги до цінних паперів на фондовому ринку України та провідних світових біржах. Визначено основні проблеми та тенденції капіталізації національного фондового ринку. Особливу увагу приділено діяльності макрорегулятора в контексті порівняння запланованих та досягнутих результатів розвитку фондового ринку відповідно до стратегічних програмних документів.

Ключові слова: лістинг, цінний папір, фондовий ринок, індекс, біржа, емітент, капіталізація.

Ковалева Е.Н. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ

В статье рассмотрены листинговые требования к ценным бумагам на фондовом рынке Украине и на ведущих мировых биржах. Определены основные проблемы и тенденции капитализации национального фондового рынка. Особое внимание уделено деятельности макрорегулятора в контексте сравнения запланированных и достигнутых результатов развития фондового рынка в соответствии со стратегическими программными документами.

Ключевые слова: листинг, ценная бумага, фондовый рынок, индекс, биржа, эмитент, капитализация.

Kovalova O.N. INSTITUTIONAL ASPECTS OF THE UKRAINIAN STOCK MARKET DEVELOPMENT

Listing requirements to securities on the Ukrainian and international stock market are reviewed in the article. Main problems and tendencies of capitalization of the national stock market are determined. Special attention is paid to the activity of the macro-regulator in the context of a comparison of planned and achieved results of the stock market in accordance with the strategic policy documents.

Keywords: listing, security, stock market, index, stock exchange, issuer, capitalization.

Постановка проблеми. В умовах необхідності активізації інвестиційних процесів з метою пожвавлення економіки та забезпечення сталого економічного розвитку відповідно до програми «Стратегія реформ-2020» акцент має бути зроблено на формуванні конкурентоспроможного національного фондового ринку, що в першу чергу вимагає плідної праці з інституційними засадами його функціонування. Фондовий ринок опосередковує акумуляцію значних обсягів фінансових ресурсів у рамках розвинутих економічних систем, головним чином, за допомогою його організованого біржового сегменту. Україні наразі не присвоєний статус фінансового ринку за класифікацією міжнародного індексного агентства FTSE з огляду на невідповідність фондового ринку України критеріям відкритості та прозорості реформ, недосконалої системи регулювання переміщення ресурсів. Перспективне отримання статусу Advanced Emerging у 2020 р. вимагає розгляду поточного стану фондового ринку та визначальних його категорій, а саме лістингу, капіталізації та існуючих поточних трендів розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним проблемам становлення національного фондового ринку та питанню лістингу присвячені наукові праці таких вчених, як Шишков С.Є. [1], який досліджує актуальні питання трансформації лістингових вимог; Шкодіна І.В. [2], яка розглядає діяльність учасників на фондовому ринку України в умовах невизначеності; Щербина А.Г. [3], який проводить аналіз тенденцій біржової торгівлі.

Мета статті полягає в аналізі сучасних критеріїв лістингу та наданні оцінки державній підтримці розвитку фондового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Місце фондового ринку в структурі фінансового ринку України актуалізується в останні роки, урахувавши складність залучення грошових коштів через традиційні кредитно-грошові механізми, що обумовлено залученням ресурсів в більш вигідними умовами

у порівнянні з банківським кредитуванням, довгостроковий характер та умови забезпеченості позики. За даних обставин розгляду вимагає існуюча система акредитації цінних паперів – лістинг, до переваг якого відноситься зростання престижу компанії перед інвесторами та мінімізація вимог при отриманні кредиту.

Лістингові вимоги до цінних паперів в Україні встановлюються на нормативно-законодавчому рівні згідно з Рішенням Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження Положення про функціонування фондових бірж» № 1688 від 22.11.2012 р.

В останні роки простежується тенденція зростання нормативного рівня лістингових критеріїв за рядом показників:

- строку існування емітента;
- обсягу власного капіталу;
- річного чистого доходу від реалізації товарів, робіт та послуг;
- середнього значення ринкової капіталізації емітента (табл. 1).

Утім, як зазначає Шишков С.Є., «підвищена жорсткість критеріїв лістингу на біржах ринків, що розвиваються, далеко не завжди означає високу ефективність цих критеріїв» [1]. Як результат, в Україні існує кореляційна залежність між капіталізацією фондового ринку та станом справ найбільших монопольних підприємств певних галузей національного господарства.

Позитивним знаком є запровадження вимог до мінімального рівня free-float (FtF) – не менше 25%, який істотним чином впливає на збільшення ліквідності цінних паперів і, як наслідок, на зниження рівня ризиків інвесторів, адже відомо, що чим більшою є кількість акцій у вільному продажі, тим нижчим є ризик спекулятивних маніпуляцій та вірогідність неочікуваної зміни ціни.

Доцільно здійснити порівняльну характеристику законодавчо визначеного нормативу з існую-

чим на ринку поточним станом рівня FtF за акціями – «голубими фішками», які входять до складу індексів, що розраховуються трьома найбільшими за обсягами торгівлі фондовими біржами України – «Перспектива», «ПФТС», «Українська біржа».

У складі Індексу українських акцій фондової біржі «Перспектива» (Індекс UA-EIV) [5] на 26 січня 2016 р. лише одна з десяти компаній – ПАТ «МОТОР СІЧ» – відповідає заявленій вимозі (66,93%). Порівнюючи нормативні вимоги з кошиком Індексу ПФТС, доцільно зазначити відсутність компаній, що задовольняють даному критерію (максимальне значення FtF дорівнює 21,71% – «Центрэнерго», середнє значення за двадцятьма компаніями індексу – 7,07%). Аналогічна ситуація склалась з Індексом українських акцій «Української фондової біржі» (середнє значення – 9,3% за десятьма компаніями індексного кошика). Отже, невідповідність нормативним вимогам не дозволяє рекомендувати інвесторам визначені інвестиційні інструменти у зв'язку з недостатньою ліквідністю та суттєвими ризиками згідно з рівнем free-float.

Надаючи оцінку Індексу українських аграрних компаній (UXagro), зазначимо, що п'ять із семи компаній відповідають значенню у 25 та більше відсотків, а саме: агропромхолдинг «АСТАРТА-Київ» (37%), агропромислова компанія Kernel (61%), «Індустріальна молочна компанія» (31%), «Миронівський Хлібопродукт» (34%), ТОВ «ОВОСТАР» (29%) [6]. Особливо наголосимо, що компанії агросектору лідирують і за обсягами IPO серед українських емітентів на міжнародних фондових біржах (WSE, LSE). Європейський вектор розміщення, зокрема Варшавська фондова біржа, обирався до 2012 р. через відносно незначну плату за розміщення цінних паперів (8–10% від усього обсягу випуску). Але в останні

роки має місце тенденція перенасичення європейських фондових площадок українськими аграріями, що спонукає їх розглядати азійські фондові біржі. Необхідно акцентувати увагу на більш високих вимогах до емітентів на Гонконгській фондовій біржі (HKEX) разом з більшою платою консультантам. Утім, згідно зі стратегічним планом розвитку НКЕХ на 2016–2018 рр. [7], передбачений курс на створення більш ефективної платформи доступу до первинного розміщення цінних паперів та лістингу, що передбачає ретельну роботу біржі над даними процесами задля залучення до співпраці іноземних компаній (удосконалення кваліфікаційних вимог лістингу, випуск депозитарних розписок).

Розвиток торгівлі цінними паперами на організованому фондовому ринку в Україні ускладнюється значною кількістю функціонуючих фондових бірж, кожній з яких притаманна власна система правил проведення торгів, процедур допуску учасників, розрахунків фондових індексів. Зростання капіталізації фондового ринку України можливо лише за умови взяття курсу на концентрацію біржового сегменту, переходу до моноцентричної біржової системи.

Аналіз складу індексних кошиків ПФТС, Індексу українських акцій (Індекс UA-EIV) фондової біржі «Перспектива» та Індексу українських акцій (UX) «Української фондової біржі» (рис. 1), дав змогу дійти висновку щодо галузевої належності найбільш впливових та крупних компаній секторів машинобудування, металургії, енергетичної та нафтогазової сфери.

Структура найвпливовіших фондових індексів України демонструє акумуляцію та концентрацію фінансових ресурсів навколо галузей національної економіки, що представляють третій та четвертий технологічні уклади. Актуальний склад, на жаль,

Таблиця 1

Вимоги до лістингу акцій компанії емітента

Критерій	2012 рік		2015 рік	
	Першого рівня	Другого рівня	Першого рівня	Другого рівня
Строк існування	≥ 3років	≥ 3 місяців	≥ 5 років	≥ 3 років
Власний капітал	≥ 100 млн. грн.	≥50 млн. грн.	≥1 млрд. грн.	≥400 млн. грн.
Річний чистий дохід за останній фінансовий рік	≥100 млн. грн.	–	≥1 млрд. грн. (крім банків)	≥400 млн. грн.
Середнє значення ринкової капіталізації	≥100 млн. грн.	≥50 млн. грн.	≥1 млрд. грн.	≥100 млн. грн.
Мінімальна частка акцій у вільному обігу	≥ 15%	–	≥25%	≥10%
Кількісний склад акціонерів емітента	≥ 500 акціонерів	–	≥500 акціонерів	≥200 акціонерів
Критерій ліквідності	За кожен з останніх шести місяців з цінними паперами укладалось та виконувалось не менше 100 біржових контрактів	За кожен з останніх трьох місяців з цінними паперами укладалось та виконувалось не менше 10 біржових контрактів	Емітент уклав договір з маркет-мейкером про підтримку ліквідності акцій	–
Наявність біржового курсу	Не рідше одного разу на два тижні	Не рідше одного разу на місяць	–	–
Фінансовий результат	Відсутність збитків в емітента за підсумками двох останніх фінансових років	–	–	–
Інформаційна прозорість	–	–	Розкриття фінансових звітів укр. та англ. мовами; щорічна незалежна аудиторська перевірка (не менше 3 р.)	Щорічна аудиторська перевірка відповідно до міжнародних стандартів незалежним зовнішнім аудитором (не менше 2 р.)
	–	–	Дотримання принципів корпоративного управління та МСФО	

Джерело: складено автором за даними [4]

віддзеркалює економічні реалії відсталі економічної системи. Економічний підхід можливий за умови зміни інвестиційних пріоритетів та підтримки інноваційного прориву у тредових та прибуткових сферах.

Так, порівнюючи фондовий ринок України зі світовим, доцільно відзначити превалювання на останньому цінних паперів високотехнологічних компаній. Згідно з дослідженням Forbes Україна, «у поточний момент перші чотири місця повністю належать технологічним компаніям Alphabet, Apple, Microsoft и Facebook» [9]. Зниження прибутку у нафтогазовій сфері за рахунок спаду цін за рік практично в два рази на нафту еталонних марок Brent витіснив Exxon Mobile з рейтингу найдорожчих світових компаній.

Надаючи оцінку українським компаніям, слід зазначити, що однією з визначальних проблем фондового ринку України є закритість та обмеженість доступу до фінансової звітності підприємств через недостатні вимоги до інформаційної прозорості емітента. В умовах євроінтеграції України особливий акцент здійснюється на відповідність нормативно-

законодавчої бази та стандартів діяльності українських емітентів загальноприйнятим міжнародним критеріям. Так, згідно з принципами, що висуваються до діяльності емітента наднаціональним органом регулювання – Міжнародною організацією комісій з цінних паперів (IOSCO), компанії мають дотримуватись наступних правил [10]: повна та своєчасна інформація має бути надана емітентом з огляду на її можливий вплив на його інвестиційну стратегію; на справедливій та рівноправній основі здійснюється побудова системи відносин між акціонерами в компанії; стандарти бухгалтерського обліку та аудиту повинні знаходитись на високому рівні, що відповідає міжнародним викликам.

Перепоною виконання даних принципів в українських реаліях є непрозорість як з огляду індивідуального характеру інвестицій компаній, так і з домінуванням тіньового сектору економіки, а також використання існуючих організаційно-правових форм, у т. ч. інституційних інвесторів – венчурних фондів задля оптимізації оподаткування крупних фінансово-промислових холдингів. Наявна ситуація

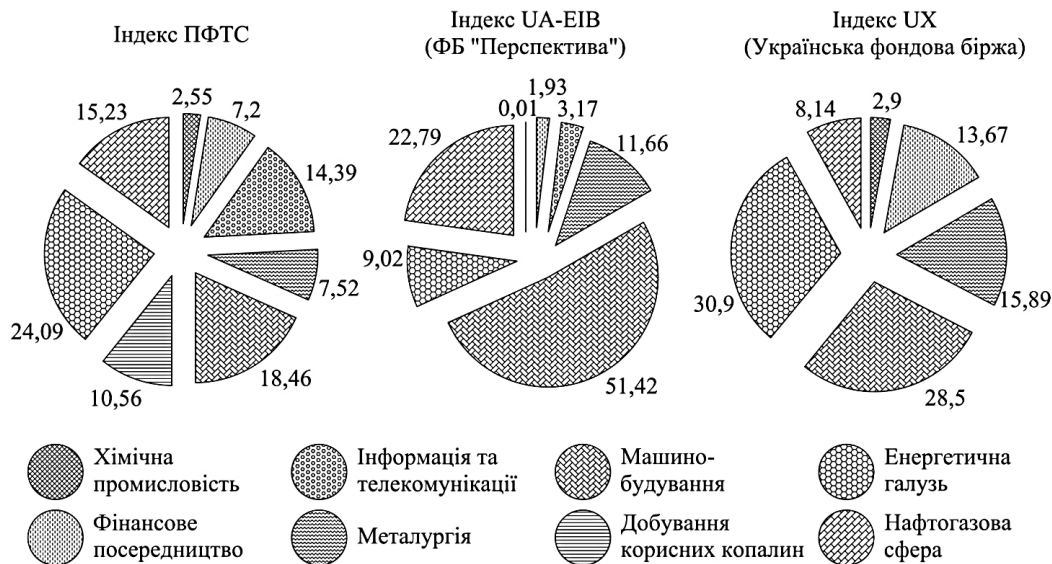


Рис. 1. Галузева структура індексних кошиків ПФТС, UA-EIB та UX

Джерело: складено автором за даними [5; 6; 8]

Таблиця 2

Порівняння завдань та результатів виконання Програм розвитку фондового ринку України, затверджених НКЦПФР

Показник ефективності	Заплановано на 2012–2014 рр.	Фактично виконано	Заплановано на 2015–2017 рр.
1. Залучення грошових коштів у цінні папери, у т. ч. інвестицій	100 млрд. грн. у цінні папери, у т.ч. як інвестиції – не менше як 75 млрд. грн.	142,03 млрд. грн., у т. ч. як інвестиції – 141,77 млрд. грн. на кінець 2013 р.	Усунути адміністративні бар'єри доступу учасників фондового ринку до певних фінансових інструментів та лібералізувати регулятивні вимоги з метою забезпечення залучення широкого кола дрібних інвесторів. Стимулювання інвестицій та розвитку інституційних інвесторів
2. Капіталізація лістингових компаній	300 млрд. грн.	405,89 млрд. грн. на кінець III кварталу 2014 р.	Підвищення рівня показника капіталізації лістингових компаній України (у доларах США) та, відповідно, зайняття Україною 30-го місця замість 59-го місця зі 109 країн
3. Співвідношення капіталізації біржового ринку до ВВП	40%	21,43% на кінець 2013 р.	
4. Обсяги торгів цінними паперами на біржовому ринку	400 млрд. грн. на рік	473,71 млрд. грн. на кінець III кварталу 2014 р.	Переміщення України у рейтингу Світового банку з 61-го на 30-е місце зі 107 країн
5. Частка біржового ринку	20%	27,69% на кінець 2013 р.	Створення передумов поступової централізації національного біржового ринку, централізації ліквідності, переходу конкуренції в біржовому сегменті з локального рівня на міждержавний

Джерело: складено автором за даними [12]

приводить до зниження ступеня довіри до цінних паперів вітчизняних емітентів, що підсилюється певним чином недостатньою інформованістю населення про інвестиційні процеси на фондовому ринку. У даному сенсі не виконується одна з основних функцій фондового ринку – соціальна, що дозволяє отримувати додатковий прибуток населенню на фондовому ринку та формує повноцінний прошарок власників цінних паперів.

Згідно з програмним документом «Оцінка імплементації принципів IOSCO» Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (2013 р.) [11, с. 84], окреслене коло принципів не є впровадженим, окрім відповідності українських стандартів бухгалтерського обліку міжнародним. Реалізація останнього підтримується поданням емітентами річних фінансових звітів до НКЦПФР на регулярній основі відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності.

В останні роки активно проводиться робота макрорегулятора з впровадження заходів щодо розвитку фондового ринку, а саме прийняття Програми розвитку фондового ринку України на 2012–2014 рр. та підведення її підсумків, а також в умовах євроінтеграції – Програми розвитку фондового ринку України на 2015–2017 рр. «Європейський вибір – нові можливості для прогресу та зростання». Оцінка ефективності діяльності Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку може бути надана скрізь призму показників співвідношення частки капіталізації лістингових компаній до ВВП країни, обсягів торгів цінними паперами на біржовому ринку, частки біржового ринку (табл. 2).

Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку були досягнуті заплановані рівні показників на 2014 р., окрім співвідношення капіталізації біржового ринку до ВВП. Даний показник напряму залежить від роботи над лістинговими критеріями до цінних паперів, які на даний момент в Україні відповідають високим стандартам до емітентів у розвинутих економічних системах. Отже, звідси виникає проблема розбіжності між загальноекономічною ситуацією в країні та якісними критеріями лістингу.

Для порівняння, станом на кінець 2012 р. співвідношення капіталізації біржового ринку до ВВП у Китаї становило 44,9%, у Франції – 69,8%, у Польщі – 36,3%, у Великобританії – 122,2%. Критерії допуску до лістингу в даних країнах відрізняються за своєю структурою від національних. Згідно з даними IPO центру PwC [13], на гонконгській фондовій біржі крім зазначених традиційних критеріїв висуваються вимоги до спадкоємності складу керівництва та наявності відповідного досвіду, наявності результатів аудиторського фінансово-економічного аналізу. На Лондонській фондовій біржі крім стандартних вимог до фінансового стану компанії, фінансової звітності за попередні періоди, процесу розкриття інформації додаються специфічні критерії щодо затвердження крупних контрактів, вимоги до права власності на активи впродовж трьох останніх років, звіт незалежного експерта-оцінювача, призначення спонсора.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу простежити наявність проблем інституційного характеру у фондовому сегменті фінансового ринку України:

- Критеріям лістингу на разі відповідають лише «голубі фішки» компаній-емітентів, що представляють третій та четвертий технологічні уклади та

створюють, по-перше, підґрунтя для роботи макрорегулятора над розробкою заходів щодо збільшення капіталізації фондового ринку, по-друге, заходів щодо зміни інвестиційних пріоритетів.

- Де-юре відзначені шляхи до детінізації та розкриття інформації про діяльність емітентів, але де-факто принципи IOSCO знаходять своє вираження лише у поданні форм офіційної фінансової звітності до НКЦПФР.

- Поза увагою макрорегулятора залишається такий важливий показник оцінки функціонування ринку цінних паперів, як співвідношення капіталізації біржового ринку до ВВП, що вимагає удосконалення національних стандартів з урахуванням зарубіжного досвіду та проведення роботи щодо централізації організованого біржового ринку.

В умовах інтеграції України у світовий економічний простір, що прискорює модернізаційні процеси у економічній системі, доцільно здійснювати адаптацію світового досвіду розвитку фондового ринку та його інституційних аспектів до українських реалій. Можна зазначити необхідність розробки системи рекомендацій щодо зміни структури лістингових критеріїв відповідно до успішної практики світових фондових біржових площадок, що вимагає ретельного розгляду та являє перспективу подальшого наукового розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шишков С.Є. Модернізація підходів до лістингових вимог в Україні з метою диверсифікації напрямів інвестування для інституціональних інвесторів / С.Є. Шишков [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fbp.com.ua/Doc/18062011.ppt/>.
2. Шкодін І.В. Інституційні проблеми функціонування фондового ринку України / І.В. Шкодін // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 1(19). – С. 52–57.
3. Щербина А.Г. Біржовий ринок фінансових інновацій в Україні / А.Г. Щербина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conference.nuos.edu.ua/catalog/files/lectures/6374.pdf/>.
4. Рішення НКЦПФР «Про затвердження Положення про функціонування фондових бірж» станом на 22.11.2012 р. № 1688 / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z2082-12/>.
5. Офіційний сайт фондової біржі Перспектива [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fbp.com.ua/>.
6. Офіційний сайт Української біржі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ux.ua/>.
7. Офіційний сайт НКЕХ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hkex.com.hk/eng/index.html>.
8. Офіційний сайт Першої фондової торговельної системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pfts.ua/>.
9. Alphabet стала самою дорогою компанією в мире [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/business/1410190-alphabet-stala-samoj-dorogoj-kompaniej-v-mire/>.
10. Objectives and Principles of Securities Regulation. – IOSCO. – 2003. – 68 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOS_COPD154.pdf/.
11. Оцінка імплементації принципів IOSCO / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. – 2013. – 192 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nssmc.gov.ua/user_files/content/70/1397821205.pdf/.
12. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua/>.
13. Успешный листинг на фондовой бирже / Публикация IPO-центра PwC «Содействие горнодобывающим компаниям в оценке их решений». – 2013. – 36 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pwc.ua/com/ru/capital-markets/>.

СЕКЦІЯ 8 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 675.1:658.014

Акімова Т.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку й аудиту
Національної металургійної академії України*

Снопкова О.К.

*студентка
Національної металургійної академії України*

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РУХУ ТА ОБРОБКИ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті виділено форми руху і перетворення економічної інформації в інтегрованій обліковій системі. Представлений процес повного облікового циклу перекодування, передачі і відтворення реальних економічних подій в структурі облікової системи. Призначення облікової організації підприємств розглядається в задоволенні інтересів власників підприємства та зовнішніх користувачів інформації. За сучасних умов господарювання облікова організація та обробки інформації покликана реалізовувати не тільки функції обліку та формування звітності, а й забезпечувати інші функції управління підприємством.

Ключові слова: облікова інформація, інтегрована облікова система, документообіг, документопотік.

Акімова Т.В., Снопкова О.К. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДВИЖЕНИЯ И ОБРАБОТКИ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье выделены формы движения и преобразования экономической информации в интегрированной учетной системе. Представлен процесс полного учетного цикла перекодировки, передачи и воспроизведения реальных экономических событий в структуре учетной системы. Назначение учетной организации предприятий рассматривается в удовлетворении интересов собственников предприятия и внешних пользователей информации. В современных условиях хозяйствования организация учета и обработки информации призвана реализовывать не только функции учета и формирования отчетности, но и обеспечивать другие функции управления предприятием.

Ключевые слова: учетная информация, интегрированная учетная система, документооборот, документопоток.

Akimova T.V., Snopkova O.K. PROBLEMS OF SETUP MOVEMENT AND PROCESSING OF ACCOUNTING INFORMATION IN THE ENTERPRISE

The article highlighted forms of movement and transformation of economic information in an integrated accounting system. The present process is complete your conversion cycle, transmission and reproduction of real economic developments in the structure of the accounting system. Purpose accounting organization of enterprises uttered to satisfy the interests of owners of the enterprise and external users of information. Under the present economic conditions, accounting and information processing organization aims to realize not only the functions of accounting and reporting, but also provide other management functions of the company.

Keywords: accounting information, integrated accounting system, document, document.

Постановка проблеми. В умовах активних трансформацій, що проходять в українській економіці, перед підприємствами постають важливі завдання по реформації бухгалтерського та податкового обліку відповідно до змін у законодавстві. На нинішньому етапі розвитку ринкової економіки повна аналітична обробка облікової інформації неприпустима без наукової організації праці та сучасного науково-методичного забезпечення. Високоякісне інформаційне забезпечення процесу керування господарською діяльністю можливо лише при використуванні повною мірою усіх здобутків науково-технічного прогресу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням формування організації руху та обробки облікової інформації на підприємстві займалася велика кількість науковців. Так, визначний внесок у розвиток та опрацювання теоретичних і практичних аспектів формування питання обробки облікової інформації зробили такі учені, як Л.К. Сук, О.Г. Дроздова, М.С. Пушкар, Ф.Ф. Бутинець, В.А. Дерій, В.П. Завгородній, В.С. Лень, А.О. Андреева та ін. У цих роботах приділяється увага питанням, що пов'язані зі створенням та вагомим наповне-

нням облікової системи та проблемам запровадження її на окремих підприємствах, але недостатньо чітко сформульовано науково-методичні підходи до організації руху та обробки облікової інформації.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз проблем існуючих підходів до організації руху та обробки облікової інформації на підприємстві, визначення факторів впливу цих підходів на якість облікової інформації з урахуванням потреб різних користувачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах розвиненої економіки роль інтегрованої інформаційної облікової системи полягає у забезпеченні широкого кола учасників ринкових відносин будь-якими корисними показниками, що характеризують виробничо-господарську, інвестиційну або фінансову діяльність комерційного підприємства. В ідеалі кінцева облікова інформація, що залишається у її споживачів, повинна бути максимально наближена до реальності.

Інформація – невід'ємна частина системи управління [1, с. 21]. Інформація відзначається смисловим навантаженням. Вона дуже різноманітна і поділя-

ється за видами людської діяльності, в якій її використовують: наукова, технічна, виробнича, управлінська, економічна, соціальна, правова тощо. Кожен з видів інформації має свою технологію обробки, смислове навантаження, цінність, форми подання і відображення на фізичних носіях, вимоги до точності, достовірності, оперативності відображення фактів, явищ, процесів.

Під економічною інформацією звичайно розуміють таку інформацію, яка характеризує виробничі відносини в суспільстві [1, с. 14]. Детальніше економічну інформацію можна визначити як сукупність відомостей, пов'язаних з управлінням та функціонуванням економіки, тобто пов'язаних з основними функціями управління та його підфункціями: організацією, плануванням, мотивацією, контролем, обліком, аналізом на економічних об'єктах, які можна фіксувати, передавати, перетворювати і зберігати.

До економічної інформації відносять дані, що циркулюють в економічній системі. Це відомості про матеріальні ресурси, процеси виробництва, управління виробництвом, фінансові процеси, а також відомості економічного характеру, якими обмінюються різні управлінські системи.

Саме облікова інформація є основою економічної інформації підприємства. Це пов'язано з тим, що вона більш оперативна, детальна, повна, вичерпна і достовірніша ніж будь-яка інша. Облікова інформація задовольняє внутрішню структуру підприємства, моделює взаємозв'язок з навколишнім економічним середовищем та надає можливість диференціювати обов'язки виконавців та їхню відповідальність за економічну ефективність підприємства.

Обробка облікової інформації та її рух здійснюється у ході бухгалтерського обліку. Ці дії відтворюються у формі роботи з носіями інформації: їх складання, обробка, рух, зберігання. Поєднання всіх перерахованих дій становить одне з основних понять організації бухгалтерського обліку на підприємстві – документообіг. Отже, під документообігом розуміють рух документів в установі з моменту їх складання або одержання до передачі їх до архіву [2, с. 83].

Визначальна задача організації руху документів (даних) в обліковому процесі – це оптимізація каналів передачі та взаємозв'язку облікових центрів – виконавців. Канали взаємозв'язку можуть бути представлені з різним ступенем агрегування – від фіксації кожного окремого носія облікової інформації (тобто документа) до сумарної характеристики потоків інформації.

Документопотік – це сукупність операцій передачі з одного робочого місця на інше даних, зафіксованих на кількох носіях облікової інформації [3, с. 137]. Формування документопотоків залежить від організаційної форми та побудовання структури підприємства, форми організації обліку, характеру технічних та організаційних засобів, ІТ-технологій, які використовуються в обліковому процесі.

Об'єктом організації є рух не тільки документів, але і цілих масивів інформації. Отже, організації підлягає рух усіх складових створення облікової інформації. Організацією мають бути охоплені всі операції – від першого запису до здачі документа в архів. Обробка документів і даних, які вони містять в обліковому процесі, полягає в перетворенні вхідної інформації у вихідну різними механічними і логічними операціями, які можуть бути здійснені вручну, із застосуванням ІТ-технологій або змішаним способом. Поділ облікового процесу на окремі частини залежить від масштабів робіт і наявності технічних засобів.

Облікова інформація як складова економічної є одним із видів даних, що характеризують виробничо-господарську діяльність підприємства [1, с. 22]. Під відображенням інформації нами розуміється відтворення в іншій формі особливих облікових подій в структурі інтегрованої облікової системи. Таким чином, облікова інформація з позиції економічної теорії відображення інформації може бути представлена як різноманітність відомостей, які містяться в обліковій системі. Усі види руху інформації в інформаційних системах є процесами відображення. Виділимо чотири форми руху облікової інформації: сприйняття, передача, зберігання і переробка.

Облікова система комерційного підприємства, за допомогою звітності повинна передавати економічну інформацію, а користувач – прийняти її. Для того щоб дана інформація була сприйнята, вона повинна бути закодована (до неї мають бути застосовані облікові процедури: оцінка, рахунки, подвійний запис тощо) та перенесена на матеріальний носій (паперовий або електронний).

Зберігання облікової інформації – це її передача не в просторі, а в часі. Зберігання припускає повний збіг інформації. Проте ми на цьому етапі вже маємо справу не з інформацією-оригіналом, а з переробленою обліковою інформацією – образом.

У процесі передачі інформації втрачається низка розпізнавальних особливостей вихідних облікових подій, втрачається частина його змісту, залишається тільки те, що можна об'єктивно передати. Таким чином, облікова інформація – це інваріант, який може перекодуватися, передаватися і т.д.

Спіраючись на роботи Н.М. Амосова [4], можна сказати, що інтегрована облікова система – це свого роду перетворювач економічної інформації, що працює зі своїми власними кодами. У складній системі Н.М. Амосов виділяє рівневу структуру обробки інформації.

На кожному рівні функціонує свого роду транслятор, що сприймає код нижчого рівня і виробляє код більш високий. При просуванні вгору облікова інформація зменшується кількісно у зв'язку з тим, що на кожному рівні відбувається абстрагування, відсікання безлічі неіснуючих деталей, присутніх в нижчому коді, але переходить у більш високу якість. Наприклад, на підприємстві надходять матеріали від постачальника. При формуванні проводки, а, отже, при внесенні цієї облікової події в базу даних використовується кодування – рахунки, керуючись кодуванням ще більш низького коду – аналітикою, прийнятої в обліку відповідного підприємства. У процесі не конкретизується, що матеріали надійшли на тиждень пізніше, ніж це було обумовлено в договорі, тощо. Списання матеріалів йде згідно з методом, обраним обліковою політикою, яка у свою чергу складена згідно з державними нормативними документами, на які впливають міжнародні стандарти (рис. 1).

На наш погляд, можна виділити низку етапів, на яких відбувається трансформація облікової інформації. У рамках дослідження є припустимим ввести додаткові визначення опису проміжних форм стану облікової інформації, повернувшись до виділених раніше форм (сприйняття, передача, зберігання, переробка, збір).

Перший етап можливо умовно визначити як «об'єктивна реальність». Під об'єктивною реальністю розуміють все існуюче незалежно від людської свідомості і первинне щодо нього. Абстрагування від технічного погляду на облікові події призводить до збігу об'єктивної реальності і різноманіття інформації.

ційного змісту фактів господарського життя об'єктів облікової системи, їх властивості в просторі, часі і русі. Це масив вхідної інформації.



Рис. 1. Багаторівнева структура обробки економічної інформації в інтегрованій обліковій системі (за матеріалами Н.М. Амосова)

На наступному етапі – у точці описування подій про фінансово-господарську діяльність підприємства, облікова інформація за допомогою інструментарію інтегрованої облікової системи, підлягає ущільненню, концентрації та фільтрації. Це відбувається через наявність інформаційних кордонів облікової системи у вигляді загальноприйнятих облікових принципів, методів і процедур, та притаманною цій системі бухгалтерським ризикам. Отже, не вся вхідна інформація переходить у розряд врахованої (зібраної), тим більше актуалізованої (переробленої інформації). Цю перероблену інформацію про об'єкт обліку можна охарактеризувати як «дзеркальне відображення» об'єкта. Чим якісніша організація та більша інформаційна ємність облікової системи, тим менше відбувається спотворень, тим точніша копія вхідних даних.

Наступний етап – отримання результуючих даних. На момент отримання результуючих даних – звітності для зовнішніх і внутрішніх користувачів, економічна інформація знову підлягає трансформації, на що впливають професійні судження укладачів звітності, концепції обліку та принципи формування звітності, а також самі форми звітності. Отже, характеристики запитів та їхня якість буде різні. Крім того, і користувачі облікової інформації також різні, їхня мета конкретна і часто протилежна. Тому, на наш погляд, має сенс виділити на цьому етапі два пласти інформації: результуючу інформацію (для внутрішніх користувачів) і доступну (публічну звітність).

Далі користувачі при роботі зі звітними даними інтерпретують доступну економічну інформацію, виходячи зі своїх знань і уявлень та доповнюючи її технічними, статистичними, рекламними, комерційними, і будь-якими іншими даними різних джерел. На виході формується сприйнята інформація (термін запропонований О.В. Рожноюю – «сприймається простір» [5, с. 37-45]) про обліковий об'єкт – суб'єктивна оцінка вхідних даних трансформованої облікової інформації відповідно до потреб і цілей її користувачів.

На цьому етапі виникає так звана «суб'єктивна реальність» (сприйнята інформація про обліковий об'єкт), яка не спотворює реальність об'єктивну, відображає її під кутом сприйняття. У цілому інформація на виході є не «вторинним» по відношенню до

інформації на вході, а суб'єктивно перетвореною відповідно до потреб і цілей користувача цієї інформації.

У зв'язку з тим, що інтереси зацікавлених користувачів облікової інформації значно різняться, облікова система нині не може досить повно задовольнити всі інформаційні потреби цих користувачів в повному обсязі і врахувати всі суперечливі запити в рамках однієї звітності. Тому публічна звітність еkleктична, поєднує в собі безліч різних теоретичних поглядів і трактувань і являє собою наслідок компромісу інтересів учасників господарських процесів, як правило, на користь найбільш сильних груп.

Отже, одним із елементів побудови ефективної інтегрованої облікової системи комерційного підприємства виступає визначення кола користувачів економічної інформації, вивчення їхніх економічних потреб та їхньої готовності до сприйняття інформації. Згідно з критерієм С.К. Татура, немає сенсу писати того, що не буде прочитано. Це правило сформулювали австралійські вчені: «Якщо відсутні користувачі, потреба в інформації для прийняття та оцінки рішень у розміщенні ресурсів, то звітність стає непотрібною» [6, с. 592].

Різні користувачі, як доведено вище, по-різному сприймають і інтерпретують облікову інформацію, а вимоги, що пред'являються ними, перманентно підвищуються. Розвиток фондових ринків, зростання інвестицій, глобалізація економіки, перетворення в засобах комунікації змушують учасників економічних процесів віддавати перевагу актуальній інформації іноді на шкоду її точності. У зв'язку з цим найбільш значущою проблемою стає проблема відповідності облікової інформації очікуванням користувача.

Різна характерність інформаційних запитів тягне за собою виникнення певних суперечностей у вимогах до змісту і структури облікової звітності. У процесі сприйняття облікової інформації користувачам потрібні пояснення і докази, що сприяють зниженню невизначеності інформації, що надається у звітності.

Усі фільтри, які призводять до звуження облікової інформації на виході так чи інакше пов'язані з невизначеністю. В ідеалі, якби не невизначеність, ми б могли б поставити знак рівності між об'єктивною і суб'єктивною інформацією.

У сучасній економіці одним із основних джерел економічної інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є звітність, яка навіть будучи правдивою, володіє значним ступенем невизначеності. Інформаційна стадія розвитку економічного співтовариства актуалізує семіотичний підхід до організації облікового процесу, що дає змогу представити облікові процедури як способи створення різноманітних звітних форм, відповідних до запитів користувачів.

Негативно впливають на рівень невизначеності низький професійний рівень працівників бухгалтерії; проблеми конфіденційності інформації; фінансові прорахунки при виборі способів і прийомів обліку тощо. Професор Нью-Йоркського університету Р. Бриф більше 15 років тому довів, що бухгалтери не можуть задовільно виконувати свої обов'язки до тих пір, поки не усвідомлюють, наскільки невизначені у фінансових звітах їх дані.

Крім цього, існують зовнішні причини, що призводять до невизначеності в обліковій системі: нестабільність економічної або політичної ситуації в країнах ведення бізнесу; нестабільність нормативно-правового законодавства тощо.

Обліковий процес являє собою складний комплекс способів і прийомів по сприйняттю вихідної

інформації про реальні факти господарського життя, при цьому тільки їх певна частина знаходить відтворення в обліковій системі, що визначається не тільки нормативними вимогами (національними або міжнародними стандартами), загальноприйнятими обліковими принципами, вимогами до звітності, самими формами звітності, а й професійним судженням облікових працівників, їх загальними і приватними фільтрами сприйняття економічної інформації, лобюванням інтересів різних груп користувачів звітності тощо.

Висновки. Узагальнюючи вищенаведене, можна визначити організацію руху та обробки облікової інформації на підприємстві як елемент функцій управління підприємством, що полягає в планомірній діяльності керівників підприємства у створенні, стабільному впорядкуванні та вдосконаленні систематичності бухгалтерського обліку підприємницької діяльності з метою забезпечення облікової інформації зовнішніх та внутрішніх користувачів, на ґрунті якої будуть прийматися продуктивні управлінські рішення оперативного та стратегічного характеру.

Напрямами подальших розробок є узагальнення та створення системи підходів до організації руху та обробки облікової інформації, здатної задовольнити сучасні потреби усіх зацікавлених користувачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: навч. посібник / С.В. Івахненко. – К.: Знання-Прес, 2003. – 349 с.
2. Свірко С.В. Організація обліку в бюджетних установах: навч. посібник / С.В. Свірко. – К.: КНЕУ, 2003. – 380 с.
3. Гнатишин Л.Б. Організація обліку: навч. посібник / Л.Б. Гнатишин, О.С. Прокопишин. – Львів: Магнолія 2006, 2014. – 432 с.
4. Амосов Н.М. Моделирование сложных систем / Н.М. Амосов. – К.: Наукова думка, 1968. – 88 с.
5. Рожнова О.В. Финансовый учет: Теоретические основы. Методологический аппарат / О.В. Рожнова. – М.: Экзамен, 2003. – 192 с.
6. Бочкарева И.И. Бухгалтерский учет: учебник / И.И. Бочкарева, В.А. Быков и др.; под ред. Я.В. Соколова. – М.: ТК Велби, Проспект, 2004. – 768 с.
7. Шмчинов П.Л. Загальна теорія бухгалтерського обліку / П.Л. Шмчинов. – К.: Вища школа, 1977. – 240 с.

УДК 657.37.006.032

Больботенко И.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРАКТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ОБЛІКОВУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто передумови та практику впровадження МСФЗ в облікову систему України. Досліджено стан готовності вітчизняних суб'єктів господарювання до застосування МСФЗ. Проаналізовано основні причини, що перешкоджають активному застосуванню МСФЗ вітчизняними суб'єктами господарювання.

Ключові слова: міжнародні стандарти фінансової звітності, національні положення бухгалтерського обліку, концептуальна основа фінансової звітності, професійне судження, користувачі фінансової звітності.

Bolbotenko I.V. ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРАКТИКА ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В УЧЕТНУЮ СИСТЕМУ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены предпосылки и практика внедрения МСФО в учетную систему Украины. Исследовано состояние готовности отечественных субъектов хозяйствования к применению МСФО. Проанализированы основные причины, препятствующие активному применению МСФО отечественными субъектами хозяйствования.

Ключевые слова: международные стандарты финансовой отчетности, национальные положения бухгалтерского учета, концептуальная основа финансовой отчетности, профессиональное суждение, пользователи финансовой отчетности.

Bolbotenko I.V. PRECONDITIONS AND PRACTICE IMPLEMENTATION IFRS TO THE ACCOUNTING SYSTEM UKRAINE

The preconditions and practical implementation of IFRS in the accounting system of Ukraine. The state of readiness of local entities to IFRS. The basic reasons preventing the active use of IFRS by domestic entities.

Keywords: International Financial Reporting Standards, national accounting standards, financial reporting framework, judgment, users of financial statements.

Постановка проблеми. Сьогодні все частіше лунають заклики про необхідність прийняття глобальних стандартів звітності, які б забезпечували фінансову прозорість компаній та дозволяли уникнути повторення кризових явищ на світовому ринку. В якості таких стандартів пропонуються Міжнародні стандарти фінансової звітності (далі – МСФЗ), які отримують усе більше розповсюдження у всьому світі та є обов'язковими для застосування державами – членами Європейського Союзу відповідно до Регламенту Європейського Парламенту і Ради ЄС. Динаміка розповсюдження міжнародних стандартів дозволяє при-

пустити, що найближчим часом звітність, складена за МСФЗ, буде прийматися на головних біржах світу без будь-яких обмежень. Незважаючи на наявність окремих недоліків, загальне прийняття міжнародних стандартів виступає реальною перспективою розвитку світової економіки.

Ураховуючи світові тенденції, Україна розпочала процес реформування облікової системи, обумовлений євроінтеграційними прагненнями країни. Так, загальнодержавною програмою адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу [1], прийнятою в 2004 р. як один з першочергових

заходів, було визначено адаптацію законодавства України в частині бухгалтерського обліку компанії до законодавства ЄС. Заходи щодо гармонізації активізувалися із затвердженням у 2007 р. Стратегії застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні [2]. Поступове, хоча й далеко не повне, виконання завдань Стратегії, завершилося законодавчим обов'язком застосування МСФЗ для низки вітчизняних суб'єктів господарювання починаючи з 01 січня 2012 р. Отже, можемо говорити про впровадження МСФЗ у національну облікову систему як подію, що вже відбулася. На разі зобов'язальна практика застосування МСФЗ у національному економічному середовищі набуває подальшого поширення, що вимагає відповідного аналізу перших результатів і наслідків упровадження МСФЗ як для конкретних суб'єктів господарювання, так і для економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На разі питання впровадження міжнародних стандартів в облікову систему України знаходиться в зоні пильної уваги і науковців, і практиків. На думку дослідників [3, с. 6; 4, с. 43; 5, с. 46], до найбільш важливих передумов такого процесу належать поширення телекомунікаційних технологій і здійснення економічних операцій через усесвітню електронну мережу, ведення підприємствами бізнесу на міжнародному рівні, потреба інтеграції України на світові фондові ринки. При цьому основним позитивним результатом застосування МСФЗ вітчизняними підприємствами фахівці [4, с. 44; 5, с. 47; 6, с. 176–177] вважають підвищення прозорості і ступеня звіставності фінансових звітів, а отже, і зростання довіри до підприємств із боку іноземних компаній та ймовірність їх виходу на міжнародні ринки капіталів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Численні публікації у фахових виданнях, як правило, присвячені розгляду історичних аспектів застосування МСФЗ у світі та обґрунтуванню необхідності впровадження МСФЗ в Україні. Проте дослідженню практики застосування МСФЗ у вітчизняній обліковій системі не приділено достатньої уваги. Питання готовності вітчизняних суб'єктів господарювання до широкого впровадження МСФЗ слабо проаналізовані та практично не порушуються ні фахівцями, ні владними структурами.

Мета статті полягає в оцінці вихідних умов та наслідків упровадження МСФЗ для складання фінансової звітності вітчизняними суб'єктами господарювання, визначенні проблем концептуального характеру застосування МСФЗ виходячи з особливостей функціонування національного економічного середовища та практики ведення вітчизняного обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ступінь та повнота виконання Стратегії застосування МСФЗ в Україні, на жаль, не гарантували «безболісного» та економічно оцідливого переходу на застосування МСФЗ вітчизняними підприємствами. Оцінюючи в 2012 р. стан та перспективи запровадження МСФЗ в Україні, фахівці МФУ сформулювали наступні ризики на шляху застосування МСФЗ [7]:

- незацікавленість менеджменту і власників;
- непрозорість бізнесу;
- недостатня пропозиція на ринку висококваліфікованих бухгалтерів-практиків;
- слабкі конкурентні позиції вітчизняного сегменту аудиторських фірм;
- низький рівень базової професійної освіти.

По суті, у цьому переліку було сформульовано дві найважливіші перешкоди для успішного впрова-

дження МСФЗ: відсутність попиту на МСФЗ із боку вітчизняного бізнес-середовища і гострий дефіцит спеціалістів-практиків – бухгалтерів, які могли б на високому професійному рівні здійснювати облікові процедури за МСФЗ. Цей висновок підтверджується і даними експертного опитування, проведеного Радою незалежних бухгалтерів та аудиторів за підтримки SMIDA в 2012 р. У ході опитування була проаналізована думка 350 респондентів, для яких застосування МСФЗ є обов'язковим. Із числа опитаних респондентів 10% отримували знання з МСФЗ самостійно, 64% – професійно навчалися, 26% – нічого не знають про МСФЗ. Для 46% респондентів інформація з МСФЗ недоступна і незрозуміла. 75% опитаних вважають застосування МСФЗ в Україні несвоєчасним кроком [8].

Незважаючи на такі відверто слабкі початкові позиції, кампанія з упровадження МСФЗ в облікову систему України все ж таки стартувала, а коло підприємницьких структур, для яких застосування МСФЗ є обов'язковим, поступово розширюється (табл. 1).

Таблиця 1

Перелік підприємницьких структур, зобов'язаних застосовувати МСФЗ

Дата переходу на МСФЗ	Суб'єкти господарювання
01.01.2011 р.	банки
01.01.2012 р.	публічні акціонерні товариства, страхові компанії
01.01.2013 р.	підприємства, що надають фінансові послуги, крім страхування і пенсійного забезпечення (група 64 КВЕД ДК009:2010) за виключенням діяльності з управління активами (група 64.3 КВЕД ДК009:2010) підприємства, які надають послуги недержавного пенсійного забезпечення (група 65.3 КВЕД ДК009:2010)
01.01.2014 р.	підприємства, що здійснюють допоміжну діяльність у сферах фінансових послуг і страхування (група 66 КВЕД ДК009:2010), а також діяльність з управління активами (група 64.3 КВЕД ДК009:2010)
01.01.2015 р.	кредитні спілки, підприємства, що здійснюють діяльність з управління активами (група 64.3 КВЕД ДК009:2010)

Джерело: скомпоновано автором на підставі [9; 10]

Усі інші підприємства самостійно визначають доцільність застосування міжнародних стандартів для складання фінансової звітності. Якщо підприємство приймає рішення про використання МСФЗ, то за П(с)БО звітність уже не подається. Питання щодо добровільного переходу на застосування МСФЗ підприємства вирішують на власний розсуд. Проте вважаємо, що перехід до МСФЗ-звітності для переважної більшості вітчизняних підприємств на сьогодні є завчасним кроком, оскільки існує низка перешкод об'єктивного та суб'єктивного характеру, що можуть значно ускладнити роботу бухгалтерам при використанні МСФЗ-формату.

Основні відмінності між положеннями МСФЗ та вітчизняною системою обліку пов'язані з історично зумовленою різницею в кінцевих цілях використання фінансової інформації. Фінансова звітність, підготовлена за міжнародними стандартами, використовується приватними інвесторами, а також іншими організаціями і фінансовими інститутами, у той час як фінансова звітність, яка раніше складалася і складається відповідно до вітчизняної системи

обліку, використовувалася і продовжує використовуватися органами державного управління і статистики. Оскільки ці групи користувачів мають різні інтереси і різні потреби в інформації, розвиток принципів, що лежать в основі складання фінансової звітності, відбувається в різних напрямках. На сьогодні для більшості вітчизняних суб'єктів господарювання основними користувачами фінансових звітів залишаються органи податкової служби і статистики. Запит на подібну інформацію з боку бізнес-середовища та громадськості практично відсутній, тому й не існує гострої потреби змінювати формат підготовки фінансових звітів за вимогами міжнародних стандартів.

Національні Положення (стандарт) бухгалтерського обліку розроблено на основі існуючих МСФЗ, вони не копіюють останніх, але й не суперечать їм. Основна ідея створення НП(с)БО полягала в урахуванні економічних, правових, податкових особливостей та традицій нашої країни. Відтак, під НП(с)БО розуміють нормативний документ, який визначає принципи та методи ведення бухгалтерського обліку окремих його об'єктів і складання фінансової звітності [11].

Міжнародні стандарти фінансової звітності встановлюють вимоги до визнання, оцінки та розкриття фінансово-господарських операцій для складання фінансової звітності. Система міжнародних стандартів містить декілька видів стандартів, а саме:

- міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS);
- міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (IAS);
- два види тлумачень (інтерпретацій) міжнародних стандартів (SIC та IFRIC), підготовлених Комітетом із тлумачення міжнародної фінансової звітності (КТМФЗ) чи раніше діючим Постійним комітетом із тлумачення (ПКТ) [12].

Причому в термін «МСФЗ» можуть укладати як, власне, міжнародні стандарти (тобто окремі тематичні), так й усі міжнародні стандарти з інтерпретаціями.

Система МСФЗ – це «іноземне» явище, що народжувалося в умовах закордонних економічних відносин із відповідними традиціями нормативно-законодавчого регулювання, де «дух права» превалує над «буквою закону». Природа МСФЗ ґрунтується на «англійському» менталітеті, стилістика викладення, яка в них використовується, далеко не завжди зрозуміла для застосування у вітчизняному обліку. У вітчизняних традиціях – чітке викладення сутності проблеми та її рішення, а в зарубіжних – описовий підхід із «ліберальною» стилістикою: «може використовуватися», а не «має використовуватися». Для вітчизняної практики обліку таке викладення є неприйнятним, оскільки створює неоднозначну множинність трактування щодо застосування певних норм. До того ж ця проблема посилюється й нечіткістю перекладу окремих положень. Тлумачення МСФЗ на національному рівні МФУ вважає не прийнятним, хоча й залишає за собою право висловлювати фахову думку. Цілком слухна пропозиція МФУ щодо обговорення і схвалення національного глосарія термінів МСФЗ [7] донині залишається не реалізованою.

Слід урахувати й таку обставину, що МСФЗ побудовані на використанні облікових принципів, а не правил. Саме з цієї причини їх запровадження гальмується і у США, де US-GAAP-стандарти також ґрунтуються на чітких правилах. Практичне застосування міжнародних стандартів базується на профе-

сійному судженні. Бухгалтер при складанні МСФЗ-звітності має вирішувати багато питань виходячи із власної професійної думки, обґрунтовуючи способи кваліфікації і розкриття достовірної інформації про фінансовий стан, фінансові результати суб'єкта господарювання та їх зміни. Особливістю МСФЗ є те, що в них часто пропонується два (чи декілька) підходи до відображення одних і тих же операцій. При цьому один визначено як базовий, а інший є альтернативним рішенням. Підприємство має право вибрати основний або альтернативний підхід, який визначається його обліковою політикою.

Такий підхід є незвичним не тільки для самого вітчизняного бухгалтера, а й для користувачів фінансової звітності, оскільки завжди існує ймовірність похибки через суб'єктивність судження. Національні П(с)БО враховували ці аспекти, чітко регламентуючи застосування певних норм і детально описуючи порядок обліку господарських операцій та виключення з цих правил. До того ж виходячи з вітчизняних реалій та взаємозв'язку бухгалтерського обліку з податковим така «свобода» у прийнятті «нестандартних рішень» може призвести до конфліктних ситуацій із контролюючими податковими органами. Отже, навчені гирким досвідом «бути обережними», бухгалтери будуть чекати на роз'яснення Мінфіну, які, як правило, не вирізняються своєчасністю та ясністю в застосуванні.

Хоча національні положення неодноразово зазнавали справедливої критики, у багатьох випадках вони зручніші у застосуванні. Так, обсяг МСФЗ, які на сьогодні налічують понад 3 500 сторінок, значно перевищує обсяг НП(с)БО. Бухгалтер для практичного застосування МСФЗ має не просто з ними ознайомитися, а й докладно їх проаналізувати, вивчаючи додаткові матеріали, які роз'яснюють особливості використання МСФЗ. Така робота потребує значних витрат часу. До того ж при складанні МСФЗ-звітності підприємства повинні розкривати інформацію про те, як стандарти, що не діють, вплинуть на їх звітність у майбутньому. Ураховуючи ту обставину, що відкритого доступу до таких стандартів немає, підприємство стикається з проблемою нормативного забезпечення обліку за МСФЗ.

Законодавчі передумови для запровадження МСФЗ було створено шляхом внесення відповідних змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [11]. Згідно з цим Законом, під МСФЗ розуміються прийняті Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, якими визначено порядок складання фінансової звітності. При цьому МСФЗ застосовуються для складання фінансової звітності за умови, що вони не суперечать Закону про бухоблік та офіційно оприлюднені на веб-сайті Міністерства фінансів України. Як справедливо зазначають деякі науковці [13], таке трактування МСФЗ призводить до проблеми в їх практичному застосуванні.

По-перше, не дуже зрозуміло, хто має право формулювати думку щодо несумісності МСФЗ із нормами Закону про бухоблік. За умов суворого державного характеру регулювання вітчизняного обліку суб'єктам господарювання самостійно проводити такий аналіз у край небезпечно, отже, вони будуть змушені чекати на офіційні роз'яснення.

По-друге, незрозуміло, яку саме редакцію МСФЗ слід використовувати при складанні фінансової звітності. Згідно із законодавчими нормами, застосовувати можна тільки ту редакцію МСФЗ, яку оприлюднено на веб-сайті МФУ. Таку вимогу законодавців щодо уніфікованого офіційного варіанту

МСФЗ можна вітати, оскільки офіційна звітність не повинна містити двозначність термінологічних трактувань, якими оперують фахівці через відмінності в перекладі МСФЗ. Проте проблема полягає в тому, що МСФЗ перебувають у стані трансформації, і за міжнародними правилами при складанні звітності необхідно враховувати положення тих стандартів, які тільки готуються до опублікування і ще не набрали чинності. Отже, звітність, складена за МСФЗ, оприлюдненими на сайті МФУ, якщо вони не будуть актуальними на звітну дату, не вважатиметься звітністю, складеною за нормами міжнародних стандартів.

У результаті маємо формальний підхід до складання МСФЗ-звітності підприємствами:

– для подання до офіційних органів підприємства зобов'язані складати МСФЗ – звітність за нормами редакції МСФЗ, розміщеної на сайті МФУ;

– для подання власникам підприємства керуються останньою редакцією МСФЗ при складанні управлінської звітності.

Слід зазначити, що МСФЗ практично не використовують формалізовану форму фінансової звітності, тобто в МСФЗ відсутні окремі стандарти щодо кожної форми звітності, крім Звіту про рух грошових коштів. Тому досить дивно виглядає вимога подавати фінансову звітність, складену за правилами МСФЗ, у національному форматі за формами № 1 «Баланс», № 2 «Звіт про фінансові результати», № 3 «Звіт про рух грошових коштів», № 4 «Звіт про власний капітал», № 1-м, № 2-м «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва». Своєрідним «компромісом» між вітчизняними та міжнародними правилами ведення бухгалтерського обліку можна вважати прийняте рішення щодо необов'язкового використання субрахунків підприємствами при складанні ними звітності МСФЗ-формату. Такі підприємства субрахунки до синтетичних рахунків запроваджуватимуть самостійно виходячи з потреб управління, контролю, аналізу та звітності. У міжнародній практиці не існує чітко регламентованого Плану рахунків – вони встановлюються підприємствами на свій розсуд. Для вітчизняного обліку така практика є незвичною, тому прийняте рішення є спробою адаптувати національні норми ведення обліку до міжнародних, хоча й формальною за своєю суттю.

Цілком можливо, що трансформаційну напругу в майбутньому знизить крок Мінфіну щодо прийняття Положення бухгалтерського обліку господарських операцій, які не відображено у МСФЗ, оскільки МСБО 8 «Облікова політика, зміни в бухгалтерських оцінках та помилки» зазначає можливість використання стандартів, що не входять до системи МСФЗ.

Висновки. З огляду на викладене можемо констатувати, що вітчизняні суб'єкти господарювання знаходяться в стані перманентної готовності до застосування МСФЗ через відсутність повної та змістовної інформаційно-аналітичної бази з питань практичного застосування МСФЗ. Незважаючи на наявність великої подібності в облікових політиках, використовуваних у міжнародних стандартах та у НП(с)БО, практичне застосування цих політик часто будується на

різних основоположних принципах, теоріях і цілях. Розбіжності між вітчизняною системою бухгалтерського обліку та МСФЗ призводять до значних розбіжностей між фінансовою звітністю, яка складається в Україні та у західних країнах.

До основних переваг МСФЗ їх творці відносять простоту у вивченні й осмисленні таких стандартів. До кожної статті звітності даються чіткі пояснення і коментарі, наводиться опис облікової політики, яка використовувалася господарюючим суб'єктом, і перераховуються основні допущення, які мали місце під час складання цієї звітності, з метою її зрозумілості користувачами. Проте використання їх у вітчизняній практиці на сьогодні є проблематичним насамперед через нечіткість регламентації в застосуванні. Крім того, існує нагальна потреба ідентифікації низки понять щодо концептуальних основ МСФЗ, які до цього часу не існували в практиці ведення вітчизняного обліку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 18.03.04 р. № 1629 – IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>.
2. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.10.2007 р. № 911-р «Про схвалення Стратегії застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>.
3. Нищенко Л. Гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності України з міжнародними стандартами / Л. Нищенко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 5. – С. 6–9.
4. Голов С. Міжнародні стандарти фінансової звітності: зміни та поширення / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 11. – С. 43–58.
5. Борис О.Є. Застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні: переваги та проблеми / О.Є. Борис [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rv.ua/methods/asp/vd/v401ek07.doc.
6. Картузова Т.В. Необхідність переходу України на міжнародні стандарти фінансової звітності / Т.В. Картузова, О.М. Яворська // Вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2010. – № 20(9). – С. 176–180.
7. Запровадження МСФЗ в Україні: стан і перспективи / Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: msfz.minfin.gov.ua/uk/News/PublishingImages.
8. Дослідження практики застосування МСФЗ в Україні: експертне опитування / Рада незалежних бухгалтерів та аудиторів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 2012Research_result_IFRSpt.pdf.
9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996 – XIУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>.
10. Порядок подання фінансової звітності: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. № 419 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>.
11. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку / Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>.
12. Міжнародні стандарти фінансової звітності / Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>.
13. Карпова В. МСФЗ: загальні правила застосування / В. Карпова // Бухгалтерський тиждень. – 2011. – № 50. – С. 15–36.

УДК 657.1

Бондарчук Н.В.*доктор наук з державного управління, професор кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету***Васильєва Л.М.***доктор наук з державного управління, професор кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Статтю присвячено дослідженню теоретико-методичних основ бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості. Удосконалено поняття дебіторської заборгованості, яке враховує виникнення права вимоги. Розглянуто існуючі класифікації дебіторської заборгованості, які запропоновано доповнити новими класифікаційними ознаками.

Ключові слова: облік, дебітори, заборгованість, дебіторська заборгованість, міжнародні стандарти фінансової звітності.

Бондарчук Н.В., Васильєва Л.М. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

Статья посвящена исследованию теоретико-методических основ бухгалтерского учета дебиторской задолженности. Усовершенствовано понятие дебиторской задолженности, которое учитывает возникновение права требования. Рассмотрены существующие классификации дебиторской задолженности, которые предложено дополнить новыми классификационными признаками.

Ключевые слова: учет, дебиторы, задолженность, дебиторская задолженность, международные стандарты финансовой отчетности.

Bondarchuk N.V., Vasilyeva L.M. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF ACCOUNTING RECEIVABLES

The article is devoted to the research of the theoretical and methodological foundations of accounting receivables. There is improved concept of the receivables, which considers emergence of the demanding right. Considered the existing classification of receivables, which invited to complete the new qualification features.

Keywords: the accounting, debtors, debts, receivables, international financial reporting standards.

Постановка проблеми. З розвитком ринкових відносин підвищуються відповідальність і самостійність підприємств, пов'язаних із розробкою та прийняттям управлінських рішень щодо забезпечення ефективності розрахунків із дебіторами. Не викликає сумніву, що стан дебіторської заборгованості, її розміри та якість впливають на фінансовий стан господарючого суб'єкта, на його фінансову стійкість та платоспроможність. Інформаційною базою для проведення аналізу дебіторської заборгованості підприємства, а також для ефективного управління нею використовують дані бухгалтерського обліку. Отже, важливу роль у цьому відіграє правильна організація обліку дебіторської заборгованості на підприємстві. Це вимагає своєчасного й повного відображення всіх господарських операцій у первинних документах та облікових регістрах.

Необхідність удосконалення теоретичних й організаційних основ бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості в умовах реформування вітчизняної системи бухгалтерського обліку не викликає сумніву та пов'язана з переходом на міжнародні стандарти бухгалтерської (фінансової) звітності. Нині спостерігається розширення зовнішньоекономічних зв'язків та масштабний вихід вітчизняних підприємств на міжнародні ринки. У процесі інтеграції України в європейській простір усе більшої актуальності набувають питання правильної організації обліку дебіторської заборгованості у відповідності до норм міжнародних стандартів фінансової звітності та розкриття інформації у фінансовій звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою положень обліку дебіторської заборгованості займалися багато вітчизняних і закордонних учених. Зокрема, слід зазначити роботи таких

провідних вітчизняних учених, як Білик М.Д. [1], Бутинець Ф.Ф. [2], Гуня В.О. [3], Кірейцев Г.Г. [4], Лишиленко О.В. [5] та ін.

Мета статті полягає у дослідженні існуючих підходів до визначення та класифікації дебіторської заборгованості та їх удосконаленні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні підприємства здійснюють свою діяльність в умовах динамічного розвитку розрахунково-платіжної системи, що прямо впливає на стан галузей економіки. Складним компонентом розрахунково-платіжних відносин є взаємна заборгованість підприємств та внутрішні розрахунки підприємства. З метою правильної організації обліку, наступного погашення й списання заборгованості з балансу потрібно дати визначення поняттю «дебіторська заборгованість».

Установлено, що дебіторську заборгованість можна розглядати у трьох аспектах: 1) як спосіб погашення кредиторської заборгованості; 2) як частину проданої продукції покупцям, але ще не оплаченої; 3) як один з елементів оборотних активів, які фінансуються за рахунок власних або позикових коштів [6].

Згідно із П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів на певну дату [7].

М(С)БО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» визначає наступне тлумачення терміну «дебіторська заборгованість» – це похідні фінансові активи з фіксованими платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку [8].

Білик М.Д. під дебіторською заборгованістю розуміє матеріальні ресурси, які не оплачені контрагентами, або готівка, що вилучена у підприємства [1].

Бутинець Ф.Ф. трактує дебіторську заборгованість як заборгованість інших підприємств чи окремих осіб з платежів даному підприємству [2].

Кірейцев Г.Г. вважає, що дебіторська заборгованість – це складова оборотного капіталу, яка є комплексом вимог до фізичних чи юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, послуг [4].

На думку ж Лишиленко О.В., дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [5].

Дебіторська заборгованість є сумою боргових вимог, які утворилися у різних юридичних та фізичних осіб перед підприємством у процесі господарської діяльності [3].

Отже, провівши аналіз дефініції «дебіторська заборгованість», дійшли висновку, що в економічній літературі виділено кілька розповсюджених точок зору, в основі яких під дебіторською заборгованістю розуміється зобов'язання інших суб'єктів господарювання. Але слід зауважити, що нині під час відображення в обліку зобов'язань на перше місце виходить їх юридичний зміст.

На думку вчених-юристів, для визначення дебіторської заборгованості слід застосовувати термін «майнові вимоги», тобто включені до складу майна підприємства його майнові вимоги до інших осіб, що є його боржниками в правовідносинах, які виникають за різних обставин [6]. Тобто під зобов'язаннями розуміється виникнення права вимог, що не знаходить висвітлення у сучасному вітчизняному обліку. А це безпосередньо впливає на момент відображення дебіторської заборгованості. З метою усунення цього недоліку пропонуємо під дебіторською заборгованістю розуміти майнові та інші вимоги господарюючого суб'єкта до

осіб, які є його боржниками у правовідносинах, що виникають за різних підстав.

На сьогоднішній день принципи вітчизняного бухгалтерського обліку в основному відповідають принципам міжнародних стандартів фінансової звітності, але разом з тим мають ряд відмінностей (табл. 1).

Одразу слід відмітити, що не існує окремого міжнародного стандарту фінансової звітності, який би регулював питання обліку та відображення інформації про дебіторську заборгованість у звітності, на відміну від національних стандартів. Визнання, класифікація та розкриття інформації щодо дебіторської заборгованості містять МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття», МСБО 1 «Подання фінансових звітів» та МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» [8–10].

Проведена порівняльна характеристика обліку дебіторської заборгованості відповідно до МСФЗ та національних П(С)БО свідчить, що існує ряд відмінностей, а саме у:

- визнанні та припиненні визнання дебіторської заборгованості в обліку;
- відображенні дебіторської заборгованості у звітності;
- порядку визначення суми резерву сумнівних боргів.

В економічній літературі існує безліч класифікацій дебіторської заборгованості.

Згідно з П(С)БО 10, дебіторська заборгованість поділяється на поточну, довгострокову, сумнівну (рис. 1).

Довгострокова дебіторська заборгованість – це сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців із дати балансу [7].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика обліку дебіторської заборгованості відповідно до МСФЗ й П(С)БО

Критерії	МСФЗ	П(С)БО
Загальне поняття дебіторської заборгованості	Дебіторська заборгованість виділяється в окремий клас фінансових активів і визначається як «непохідні фінансові активи з фіксованими платежами або платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку».	Сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.
Основні критерії визнання активу	Надійня оцінка цих активів (документальне підтвердження); економічна вигода, яка буде отримана у майбутньому.	Дві умови: 1) якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод; 2) може бути достовірно визначена її сума.
Методи оцінки дебіторської заборгованості	Під час первісного визнання фінансового активу їх слід оцінювати за собівартістю, яка є справедливою вартістю компенсації, наданої або отриманої за них.	При зарахуванні на баланс дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги оцінюється за первісною вартістю, а на дату балансу – за чистою реалізаційною вартістю.
Сумнівна дебіторська заборгованість	Визнання сумнівної дебіторської заборгованості відбувається в наступних випадках: значні фінансові труднощі емітента; фактичний розрив контракту, наприклад, невиконання умов угоди або прострочена заборгованість щодо сплати відсотка або основної суми; надання позикодавцем боржникові пільгової позики, яку позикодавець не розглядав би за інших умов; висока ймовірність банкрутства або іншої фінансової реорганізації підприємства; визнання збитку від зменшення корисності цього активу в попередньому звітному періоді; зникнення фінансового ринку для цього фінансового активу внаслідок фінансових труднощів.	Безнадійна дебіторська заборгованість – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності. Сумнівний борг – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником.
Резерви по сумнівних боргах	У МСФЗ методи розрахунку величини резерву сумнівних боргів не передбачаються.	Величина резерву сумнівних боргів визначається за одним із методів: - застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості; - застосування коефіцієнта сумнівності.
Інвентаризація дебіторської заборгованості	Виявлення простроченої дебіторської заборгованості для роботи із сумнівними боргами й підтвердження балансових даних на певну дату.	Являє собою певну послідовність практичних дій по документальному підтвердженню зобов'язань підприємства з метою забезпечення вірогідності даних обліку й звітності.

Поточна дебіторська заборгованість – сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців із дати балансу.

Сумнівний борг – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником.

Будь-яка заборгованість у будь-який момент може бути визнана підприємством безнадійною. Для того щоб визнати дебіторську заборгованість безнадійною, необхідно виконання однієї з умов:

1) закінчення строку позовної давності (пройшло три роки з моменту виникнення дебіторської заборгованості);

2) існує впевненість про неповернення заборгованості боржником.

Списання безнадійної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, послуги здійснюється в момент її визнання або за рахунок створеного резерву сумнівних боргів, або шляхом віднесення на витрати звітного періоду.

Така класифікація статей дебіторської заборгованості, яка наведена в П(С)БО і яка присутня в балансі, ураховує рівень ліквідності статей, корисніша для користувачів фінансової звітності щодо оцінки фінансового стану підприємства, надає повнішу інформацію про рівень дебіторської заборгованості й можливість перетворення фінансових зобов'язань у гроші.

За фактом виникнення дебіторської заборгованості розрізняють: аванси видані; заборгованість покупців і замовників; векселі отримані; заборгованість учасників (засновників) по внесках до зареєстрованого капіталу; заборгованість інших дебіторів (сума податків і зборів та інших платежів, які зайво сплачені до бюджету; заборгованість підзвітних осіб; заборгованість працівників за надані їм позики; товари, що надані у кредит; заборгованість по відшкодуванню матеріальних збитків тощо).

За забезпеченістю дебіторська заборгованість поділяється на забезпечену (під гарантію, заставу, поруку, вексель) та незабезпечену.

За часом повернення: непрострочена, відстрочена та прострочена.

За формою погашення дебіторська заборгованість може бути монетарна та немонетарна.

За контрагентами: заборгованість вітчизняних дебіторів та заборгованість іноземних дебіторів.

На основі узагальнення і систематизації результатів досліджень вчених-економістів пропонуємо доповнити класифікаційні ознаки наступними критеріями:

- по відношенню до кредиторів (контрагентів): підтверджена та неспідтверджена;
- за ризиком неплатежу: ризикована та неризикована;
- за реальністю виникнення: фіктивна та реальна;
- відносно підприємства: внутрішня та зовнішня.

Включення нових класифікаційних ознак характеризує все різноманіття існуючих видів дебіторської заборгованості. Крім того, дані класифікаційні ознаки дозволяють організувати діючу систему контролю її рівня. На основі застосування розширеної класифікації дебіторської заборгова-

ності з'являється можливість ведення управлінського обліку дебіторської заборгованості, що може стати ефективним інструментом для її контролю.

З метою правильної організації обліку розрахунків з боржниками необхідно розмежовувати дебіторську заборгованість на зовнішню і внутрішню, оскільки є відмінності у шляхах їх утворення та відображення і списання у бухгалтерському обліку.

До зовнішньої дебіторської заборгованості пропонуємо відносити: заборгованість покупців та замовників за поставлені товари, виконані роботи, надані послуги; суму авансів, виданих у звітному періоді під поставку товарів (робіт, послуг), які будуть отримані у наступному за звітним періоді; заборгованість інших дебіторів за реалізовані товари чи надані послуги; суму переплати податків, зборів та інших платежів до бюджету (тобто заборгованість зовнішніх контрагентів).

До внутрішньої дебіторської заборгованості пропонуємо відносити: заборгованість засновників по внесках до зареєстрованого капіталу, заборгованість підзвітних осіб, заборгованість працівників за надані позики або товари, продані в кредит, заборгованість по відшкодуванню матеріальних збитків.

Дебіторська заборгованість є високоліквідним активом. Разом з тим вона має підвищений ризик і великий обсяг прострочених і безнадійних зобов'язань, істотно збільшує витрати на обслуговування позикового капіталу, підвищує витрати підприємства. Наявність у підприємства неконтрольованої дебіторської заборгованості призводить до зменшення фактичної виручки, рентабельності й ліквідності оборотних коштів, відповідно, як наслідок, зниження фінансової стабільності, підвищення ризику фінансових витрат підприємства.

Отже, сучасна система управління дебіторською заборгованістю повинна включати всю сукупність методів аналізу, контролю й оцінки дебіторської заборгованості. Разом з тим управління дебіторською заборгованістю припускає активну і безпосередню



Рис. 1. Класифікація дебіторської заборгованості згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»

роботу з джерелами виникнення простроченої заборгованості, а саме: постійну роботу з контрагентами, що включає не лише формування кредитної політики підприємства й організацію договірної роботи, але й управління борговими зобов'язаннями.

Висновки. З метою ефективного управління наявною дебіторською заборгованістю необхідно отримувати своєчасну інформацію, яку надає бухгалтерський облік. Установлено, що нині не існує єдиного підходу до визначення сутності, причин виникнення дебіторської заборгованості. Проведений аналіз наукових досліджень надав можливість запропонувати під дебіторською заборгованістю розуміти майнові та інші вимоги господарюючого суб'єкта до осіб, які є його боржниками в правовідносинах, що виникають за різних підстав. Таким чином, запропоноване визначення дебіторської заборгованості охоплює всю сутність дебіторської заборгованості та розширює її поняття задля уникнення неправильного або неповного його розуміння.

На основі узагальнення та систематизації результатів досліджень вчених-економістів запропоновано доповнити класифікацію дебіторської заборгованості наступними ознаками: по відношенню до кредитора (контрагента); за ризиком неплатежу; за реальністю виникнення; відносно підприємства. Включення запропонованих класифікаційних ознак характеризує все різноманіття видів дебіторської заборгованості й, більше того, дозволяє організувати діючу систему контролю її рівня.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білик М.Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М.Д. Білик // *Фінанси України*. – 2003. – № 12. – С. 24–36.
2. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: [підручник для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» вищих навчальних закладів] / Ф.Ф. Бутинець; 3-є вид., доп. і перероб. – Житомир: Рута, 2003. – 444 с.
3. Гуня В.О. Удосконалення класифікації дебіторської заборгованості та її відображення у фінансовій звітності підприємств / В.О. Гуня // *Економічний простір*. – 2008. – № 19. – С. 124–131.
4. Кірейцев Г.Г. Фінансова звітність підприємств та її аналіз / Г.Г. Кірейцев. – К.: ЦУЛ, 2002. – 452 с.
5. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: [підручник] / О.В. Лишиленко; 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Центр учбової літератури, 2009.
6. Чорнобривець М.М. Дебіторська заборгованість: сутність та причини виникнення / М.М. Чорнобривець // *Європейські перспективи*. – 2013. – № 10. – С. 181–185.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ Міністерства фінансів № 237 від 08.10.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
8. МСБО № 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
9. МСБО № 1 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
10. МСФЗ № 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

УДК 657.372.5

Синиця С.М.*кандидат економічних наук, доцент,
заступник директора**Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту
Тернопільського національного економічного університету***Вакун О.В.***кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і фінансів
Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ КОРПОРАЦІЇ

У статті розглянуто причини необхідності вдосконалення бухгалтерського обліку як системи інформаційного забезпечення управління вартістю корпорації. Розроблено і обґрунтовано сучасну модель обліково-інформаційного забезпечення корпорації. На основі структури розробленої моделі запропоновано шляхи трансформації облікової системи в напрямі підвищення ефективності вартісно-орієнтованого управління корпорацією.

Ключові слова: система бухгалтерського обліку, вартість корпорації, бухгалтерський облік у системі вартісно-орієнтованого управління.

Синиця С.М., Вакун О.В. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОРПОРАЦИИ

В статье рассмотрены причины необходимости совершенствования бухгалтерского учета как системы информационного обеспечения управления стоимостью компании. Разработана и обоснована современная модель учетно-информационного обеспечения корпорации. На основе структуры разработанной модели предложены пути трансформации учетной системы в направлении повышения эффективности ценностно-ориентированного управления корпорацией.

Ключевые слова: система бухгалтерского учета, стоимость компании, бухгалтерский учет в системе ценностно-ориентированного управления.

Synytzia S.M., Vakun O.V. BOOKKEEPING IN MANAGEMENT SYSTEM OF CORPORATION VALUE

Reasons of necessity of improvement of record-keeping as data warehouse systems management of the value of corporation are considered. It the modern model of the registration-informative providing of corporation is worked out. On the basis of structure of the worked out model the ways of transformation of the registration system offer direction of increasing of efficiency of the cost-oriented management of corporation.

Keywords: record-keeping system, value of corporation, record-keeping in the system of cost-oriented management.

Постановка проблеми. Негативні наслідки світової фінансової кризи призвели до виникнення необхідності розвитку нових підходів до управління вартістю компаній, що передбачає переосмислення взаємозв'язків інтересів різних груп заінтересованих сторін, проведення поглибленого аналізу впливу механізмів вартісно-орієнтованого управління на інтереси всіх учасників корпоративного бізнесу. За таких умов особливого значення набуває розробка системи інформаційного забезпечення вартісно-орієнтованого управління, використання якої дозволяє побудувати дієву модель аналізу й управління вартістю корпорації.

Система управління корпорацією, націлена на створення додаткової вартості і виявлення чинників генерування/руйнування вартості, дозволяє аналізувати і оцінювати результати діяльності з урахуванням усіх внутрішніх і зовнішніх факторів. Однак її ефективне функціонування можливе лише за умов наявності достовірної інформації в необхідних для менеджменту розрізах, що узагальнюється в корпоративній фінансовій звітності. Основним інструментом формування такої звітності в межах окремої корпорації виступає система бухгалтерського обліку.

У залежності від того, наскільки облікова система своєчасно забезпечує менеджмент релевантною, повною та достовірною інформацією про стан активів і зобов'язань, а також результати діяльності всіх підрозділів корпорації, настільки створюються кращі умови для підвищення ефективності вартісно-орієнтованого управління нею.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу проблемам вартісно-орієнтованого управління

корпоративними утвореннями приділяли А. Бауш, С. Джарелл, І.В. Івашковська, Б. Мадден, Т.В. Момот, Р. Морін, Г. Островська, С. Пайк, В.В. Павловець, А. Рапппорт, Й. Руус, П.Ю. Старюк, О.Н. Щербакова та ін. Питання обліково-аналітичного забезпечення вартісно-орієнтованого управління компаній розкриваються в працях О.М. Брадула, Р.Ф. Бруханського, В.М. Жука, І.В. Жуаковської, О.А. Зоріної, М.В. Корягіна, С.Ф. Легенчука, О.А. Лаговської, Є.В. Мниха, О.І. Пилипенка, Н.Г. Сапожникової, Л.В. Чижевської та ін.

Мета статті полягає в аналізі ролі бухгалтерського обліку в системі управління вартістю корпорації та обґрунтуванні напрямів його подальшого удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпорації як один із видів об'єднань підприємств значно еволюціонували протягом свого історичного розвитку від простих об'єднань учасників (власних корпоративних прав) до складних багаторівневих структур учасників, які взаємопов'язані між собою різними видами економічних відносин. На сьогодні корпорація є складною і відкритою системою, що характеризується: існуванням значної кількості підходів і механізмів до управління нею та підвищенням рівня їх складності; існуванням обмежень особистої відповідальності учасників; розподілом комерційних ризиків інвестованого капіталу між учасниками; використанням ефекту масштабу та спеціалізації для задоволення поставлених цілей; розширенням відповідальності корпорації перед учасниками та перед суспільством у цілому, що забезпечує узгодження корпоративних інтересів.

Система бухгалтерського обліку як основне джерело інформації для прийняття управлінських рішень поступово трансформується разом із ускладненням корпоративних структур, появою нових механізмів та підходів до корпоративного управління, технологічними та організаційними змінами функціонування корпорацій, зміною запитів суб'єктів управління корпораціями та інших заінтересованих користувачів корпоративної звітності. Подальший статус бухгалтерського обліку в суспільстві напряму залежить від його здатності відповідати запитам корпоративного менеджменту, які в останні роки зазнали значних змін у зв'язку із запровадженням концепцій соціального, екологічного, вартісно-орієнтованого, стратегічного управління тощо.

При побудові системи обліково-аналітичної підтримки прийняття управлінських рішень у корпорації обов'язково слід урахувати особливості розвитку сучасної моделі обліково-інформаційного забезпечення корпорації, яка включає традиційні та нетрадиційні об'єкти облікового спостереження, доповнюється новими видами обліку, зокрема, стратегічним обліком, який забезпечує надання облікової інформації в розрізах, необхідних суб'єктам прийняття стратегічних управлінських рішень (стратегічні доходи і витрати, доходи і витрати в розрізі ланцюжків вартості корпорації тощо) та орієнтована на надання облікової інформації різним групам заінтересованих користувачів (рис. 1).

Корпоративна бухгалтерська звітність (рис. 1) у даному випадку виступає основним обліково-інформаційним продуктом, що призначений для задоволення потреб різних груп заінтересованих користувачів. Вона формується в результаті функціонування різних облікових інформаційних підсистем (фінансового обліку, управлінського, стратегічного та податкового), які орієнтовані на забезпечення потреб різних рівнів менеджменту та окремих груп зовнішніх користувачів.

Розглянемо особливості сучасної моделі обліково-інформаційного забезпечення корпорації з урахуван-

ням виділених у її складі структурних елементів: 1) суб'єкти ведення обліку в корпораціях; 2) об'єкти облікового спостереження в корпораціях; 3) види обліку, що ведеться в корпораціях; 4) бухгалтерська корпоративна звітність; 5) користувачі інформації, що генерується корпоративною обліковою системою.

1. Суб'єкти ведення обліку в корпораціях. На сьогодні в межах корпорації функції з ведення обліку зазвичай покладені на бухгалтерську службу корпорації, очолювану головним бухгалтером, яка може сягати за обсягом до декількох сотень працівників. У більшості вітчизняних корпорацій обліковий процес реалізований в умовах застосування інформаційно-комп'ютерних систем і технологій, зокрема, ERP-систем, що дозволяє побудувати ефективну систему інформаційного забезпечення корпоративного управління за рахунок інтеграції обліково-аналітичного модуля до інших структурних елементів ERP-системи.

Застосування такого підходу до організації бухгалтерського обліку в корпорації передбачає необхідність виділення декількох рівнів центрів відповідальності (центрів прибутку, доходів, витрат), структура яких залежить від особливостей бізнес-процесів, які складають ядро господарської діяльності корпорації. Як зазначає з цього приводу М.М. Шигун, організація бухгалтерського обліку в корпоративних утвореннях має свої особливості, пов'язані з розробкою облікової політики та підготовкою консолідованих фінансових звітів. У кожній філії структура бухгалтерської служби може формуватись за одним з ієрархічних типів (лінійним, функціональним, лінійно-функціональним). Кількість облікового персоналу за конгломератної структури становить 10–15 осіб у бухгалтерських службах філій та 50–100 осіб по компанії в цілому [6, с. 405].

При цьому в умовах запровадження системи управління вартістю корпорації необхідною є трансформація існуючого підходу до організації бухгалтерського обліку, що передбачає необхідність виділення центрів відповідальності в розрізі факторів генерування та руйнування вартості корпорації, формування системи внутрішньої звітності про вартість корпорації в розрізі об'єктів вартісно-орієнтованого управління (факторів генерування/руйнування вартості, інтелектуального капіталу, синергетичних ефектів, об'єктів соціальної та екологічної відповідальності).

У той же час в останні роки при здійсненні облікових процедур корпорації використовують послуги аутсорсингових і консалтингових компаній, що викликано як необхідністю підвищення якості облікової інформації за окремими ділянками ведення обліку, так і політикою економії витрат на утримання облікового персоналу. Під обліковим аутсорсингом слід розуміти передачу сторонньому відносно корпорації суб'єкту функцій із ведення та організації обліку, що в цілому спрямоване на підвищення конкурентоспроможності корпорації за рахунок підвищення якості корпоративної бухгалтерської звітності та економії витрат на функціонування облікової системи.

Застосування облікового аутсорсингу в корпораціях на сьогодні ускладнюється:

– великими обсягами облікових процедур, що здійснюються в різних підрозділах корпорації;



Рис. 1. Сучасна модель обліково-інформаційного забезпечення корпорації

– складністю структури обліково-інформаційної системи корпорації, що майже унеможливує виокремлення ділянок, що можуть бути передані на аутсорсинг;

– можливістю витоку важливої облікової інформації за межі корпорації, що значно підвищує ризики її одержання конкурентами, і що в цілому може негативно позначитись на результатах її функціонування;

– відсутністю технічних можливостей роботи в корпоративних інформаційних системах корпорацій за допомогою режиму віддаленого доступу через їх високу вартість і складність функціонування.

2. Об'єкти облікового спостереження в корпораціях. Специфіка функціонування корпорацій визначає систему об'єктів бухгалтерського обліку, що підлягають обліковому спостереженню, до яких відносяться як традиційні елементи фінансової звітності, так і нетрадиційні об'єкти, що є важливими з позиції вартісно-орієнтованого і стратегічного управління корпорацією. Зокрема, В. Хомка наголошує, що до об'єктів бухгалтерського обліку в корпоративних структурах слід відносити цінні папери, облігації, акції, розподіл доходів (прибутків), внутрішні корпоративні кредити, корпоративні права, прибутки корпорацій, корпоративні витрати, боргові цінні папери, дивіденди, корпоративну звітність та оподаткування [5, с. 192]. При цьому слід урахувати, що в даному випадку автором було розглянуто лише об'єкти системи фінансового обліку, частина з яких (корпоративна звітність) взагалі не може бути віднесена до їх складу.

Дослідники, які вивчають проблеми обліку в корпораціях, досить велику увагу приділяють обліку корпоративних прав або інструментів ринку капіталу, які засвідчують ці права, – акції. Це пов'язано з економічною сутністю корпорацій як виду об'єднань підприємств, права на майно якого розподілено між учасниками на основі випуску цінних паперів, що котируються на фондовому ринку.

Важливу роль у процесі облікового відображення корпоративних прав відіграє правильно сформована облікова політика, де мають бути враховані як особливості функціонування корпорації, так і її цілі в контексті концепції управління вартістю. Роль і місце облікової політики в системі вартісно-орієнтованого управління, а також основні завдання облікової політики як складової облікової методології корпорації визначають процес формування облікової політики. Так, на думку О.І. Пилипенко, в обліковій політиці корпорації повинна бути відображена: методика та база розподілу одноразово визначеної суми за партію цінних паперів, яка складається з декількох типів цінних паперів; вибір методів оцінки акцій, які виплачуються як дивіденди; вибір методу оцінки власних акцій у портфелі при їх реалізації та розповсюдженні, анулюванні; методи розподілу прибутку, який призначено для розподілу та виплати дивідендів між звичайними та привілейованими акціями; установлення резервного капіталу з метою покриття можливих у майбутньому непередбачених збитків, втрат тощо [3, с. 170].

Таким чином, у залежності від побудованої в корпорації обліково-аналітичної системи і виділених у ній видів обліку набір об'єктів облікового спостереження може значно відрізнятись. Окрім традиційних об'єктів фінансового обліку, важливе значення в системі корпоративного управління приділяється обліку корпоративних прав та цінних паперів, дивідендів та роялті, внутрішньокорпоративних розра-

хунків тощо. У випадку впровадження системи стратегічного обліку на рівні корпорації для ефективного управління її вартістю можуть виділятися об'єкти в розрізі стратегічних бізнес-одиниць та стратегічних бізнес-зон.

3. Види обліку, що ведеться в корпораціях. На сьогодні крім традиційної облікової тріади (фінансовий, управлінський, податковий облік) система бухгалтерського обліку корпорації, орієнтована на підвищення ефективності управління вартістю, доповнюється системою стратегічного обліку, що забезпечує надання інформації про стратегічні аспекти формування вартості, особливості реалізації обраної стратегії та виступає інструментом інформаційної підтримки для здійснення її коригування.

У залежності від політики менеджменту корпорації, рівня і складності його інформаційних запитів відбувається розвиток облікової інформаційної системи корпорації та прогрес чи регрес її окремих підсистем. Наприклад, за умови запровадження концепції стратегічного менеджменту в корпорації відбувається розвиток облікового інструментарію в напрямі забезпечення генерування бухгалтерської інформації стратегічного характеру.

Виходячи зі сформованої організаційної структури корпорації, прав і обов'язків менеджерів різних рівнів має бути належним чином побудована і облікова інформаційна система підприємства, розроблені і впроваджені її окремі блоки та підсистеми. Тому система бухгалтерського обліку в корпорації повинна бути взаємоузгодженою як на найвищому рівні, так і на рівні бізнес-процесів або на рівні окремого структурного підрозділу корпорації. На думку О.І. Пилипенко, ця особливість має ідентифікуватися як узгодженість інформаційних потоків про діяльність усіх структурних підрозділів із метою вдосконалення системи корпоративного управління (включаючи планування і контроль) [3, с. 170].

Система бухгалтерського обліку в корпорації на сьогодні може включати різноманітний набір підсистем (видів обліку) у залежності від потреб суб'єктів управління. Крім традиційних задач, які покликаний вирішувати бухгалтерський облік (забезпечувати генерування своєчасної та релевантної інформації), на сьогодні корпоративні облікові системи повинні забезпечувати:

- швидке введення і обробку великих масивів внутрішньої та зовнішньої інформації;
- генерування облікової інформації про результати діяльності корпорації в режимі он-лайн та оприлюднювати її на корпоративному веб-сайті;
- формування в корпоративній звітності показників про результати вартісно-орієнтованого управління та ступінь досягнення стратегічних цілей корпорації;
- формування і збереження централізованого архіву облікової інформації корпорації для здійснення поглибленого інтелектуального аналізу.

4. Бухгалтерська корпоративна звітність на сьогодні дозволяє одержувати бухгалтерську інформацію різного рівня деталізації, що дозволяє на її основі формувати моделі прийняття тактичних і оперативних управлінських рішень.

З розвитком економіки, що проходить на фоні глобалізації економічних відносин, відбувається підвищення вимог, що висувуються з боку менеджменту корпорацій як у цілому до облікової системи, так і безпосередньо до системи корпоративної звітності. Як наголошує з цього приводу О.М. Кондратюк, формат надання звітності змінюється через нову філософію

оцінки фінансових результатів, зміст якої полягає в інтеграції головних фінансових показників із нефінансовими та публікуванні звітності в мережі Інтернет [2, с. 118–119]. Великі корпорації мають власні веб-сайти, де заінтересовані користувачі можуть знайти інформацію в необхідних розрізах та аспектах щодо результатів діяльності корпорації. Крім того, на корпоративних сайтах досить часто публікуються різноманітні додаткові фінансові і нефінансові звіти про інтелектуальний та людський капітал, здійснені соціальні та екологічні ініціативи та відповідальність корпорації з метою підвищення рівня її сприйняття інвесторами та суспільством у цілому.

Глобалізація фінансових ринків потребує розробки єдиних стандартів корпоративної звітності, що будуть сполучною ланкою між емітентом (корпорацією) та інвесторами. Вирішення проблеми глобальної облікової інтеграції на міжнародному рівні, на думку Н.Г. Сапожнікової, потрібно здійснювати за допомогою розробки моделі корпоративної звітності, що забезпечить однозначну інформативну базу по результатам діяльності та фінансовий стан корпорацій, підвищить методологічний рівень обліку, активізує оборот капіталу, посилить дієвість соціального контролю над багатонаціональними корпораціями та дозволить оптимально розподіляти світові ресурси [4, с. 16–17]. Проте на сьогодні одним із найбільш дієвих шляхів вирішення даної проблеми є розробка концепції інтегрованої звітності, яка забезпечує надання інвесторам інформації про сталий розвиток, що має істотний вплив на стратегічні зміни вартості підприємства. Вона дозволяє сформувати набір фінансових та нефінансових показників, що відображають фінансовий стан і результати різних видів діяльності корпорації (фінансової, соціальної, екологічної тощо) за певний період із метою спостереження та контролю менеджментом і власниками та іншими користувачами (наприклад, аудиторами) діяльності корпорації.

5. Користувачі інформації, що генерується корпоративною обліковою системою. Система обліково-інформаційного забезпечення корпорації орієнтована на досить широке коло користувачів, що зумовлюється як значними обсягами її діяльності, так і кількістю суб'єктів, які пов'язані з її функціонуванням або на які впливає функціонування корпорації. Користувачами корпоративної звітності є всі заінтересовані особи з прямим або непрямим фінансовим інтересом, а також усі інші члени суспільства, на яких впливає або може в майбутньому вплинути діяльність корпорації.

Окремі дослідники відмічають, що в Україні корпорації як колективні товариства характеризуються роздвоєнням інтересів користувачів облікової інформації. Тобто в умовах діяльності корпорації з'являються дві умовних групи користувачів облікової інформації з протилежними економічними інтересами: 1) основні власники заінтересовані у невисокому прибутку з метою мінімізації оподаткування; 2) інвестори заінтересовані у високому прибутку та,

відповідно, у зростанні курсу акцій та дивідендних виплат, а також власники, які бажають залучити додаткові фінансові ресурси через покращання власних результатів діяльності [1, с. 144]. Слід наголосити, що дана модель економічних відносин і відповідний поділ на дві групи зазначених користувачів відображає сучасний рівень розвитку корпоративного сектору в Україні, що загалом не є типовим для країн з розвиненим ринком капіталу.

Висновки. На разі корпоративна облікова система виступає одним із основних засобів інформаційної підтримки управління вартістю корпорації. З метою підвищення ефективності її функціонування облікова система має бути адаптована до зростаючих запитів корпоративного менеджменту шляхом уточнення її завдань, розширення функцій і вдосконалення корпоративної бухгалтерської звітності як основного інформаційного продукту, що формується бухгалтерським обліком.

Для забезпечення інформаційних потреб заінтересованих користувачів у системі реалізації вартісно-орієнтованого управління корпорації, облікова система повинна генерувати якісну (достовірну та своєчасну) і релевантну (доцільну і адекватну рівню розвитку внутрішнього і зовнішнього середовища) облікову інформацію у вигляді корпоративної звітності, що має формуватись як на регулярній основі для задоволення типових управлінських потреб, так і за нетиповими запитами корпоративного менеджменту.

Еволюційний розвиток корпорації зумовлює необхідність трансформації облікової системи, що запропоновано здійснювати на основі розробленої моделі обліково-інформаційного забезпечення корпорації, яка включає наступні структурні елементи: 1) суб'єкти ведення обліку в корпораціях; 2) об'єкти облікового спостереження в корпораціях; 3) види обліку, що ведеться в корпораціях; 4) бухгалтерська корпоративна звітність; 5) користувачі інформації, що генерується корпоративною обліковою системою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жолнер І.В. Поняття та значення креативного обліку в Україні та світі / І.В. Жолнер // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2011. – № 40. – С. 140–145.
2. Кондратюк О.М. Глобалізація світової економіки та її вплив на розвиток бухгалтерського обліку корпорацій / О.М. Кондратюк // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 4(62). – С. 117–121.
3. Пилипенко О.І. Етапи формування єдиної облікової політики корпорації / О.І. Пилипенко // Вісник ЖДТУ. – 2008. – № 3(45). – С. 169–175.
4. Сапожнікова Н.Г. Развитие методологии и практики корпоративного учета и отчетности: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: спец. 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика» / Н.Г. Сапожнікова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2009. – 48 с.
5. Хомка В. Облікова політика в умовах корпоратизації аграрного сектору України / В. Хомка // Вісник Львівського національного аграрного університету. – 2013. – № 20(1). – С. 189–200.
6. Шигун М.М. Нові типи організаційних структур бухгалтерської служби та їх розвиток / М.М. Шигун // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 1(19). – С. 401–410.

УДК 657:004(075)

Волинець В.І.*кандидат технічних наук,
доцент кафедри бухгалтерського обліку й аудиту
Вінницького навчально-наукового інституту економіки
Тернопільського національного економічного університету***Гордополова Н.В.***кандидат економічних наук,
завідувач кафедри бухгалтерського обліку й аудиту
Вінницького навчально-наукового інституту економіки
Тернопільського національного економічного університету***Головай Н.М.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри бухгалтерського обліку й аудиту
Вінницького навчально-наукового інституту економіки
Тернопільського національного економічного університету*

НОВИЙ АВТОМАТИЗОВАНИЙ ЗВІТ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДОТРИМАННЯ ФІНАНСОВИХ НОРМАТИВІВ ДІЯЛЬНОСТІ КРЕДИТНИХ СПІЛОК

Визначено склад фінансових показників та нормативів діяльності кредитних спілок, що почали діяти з 1 січня 2016 року. Визначено склад показників звітних даних кредитних спілок та формули, на підставі яких варто розраховувати фінансові показники. Створено новий автоматизований звіт для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок в інформаційній системі «Мікст: Кредитна спілка».

Ключові слова: інформаційні системи, автоматизація, аналіз, фінансові показники, кредитні спілки.

Волинец В.И., Гордополова Н.В., Головай Н.Н. НОВЫЙ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ ДЛЯ АНАЛИЗА СОБЛЮДЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ НОРМАТИВОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ СОЮЗОВ

Определен состав финансовых показателей и нормативов деятельности кредитных союзов, которые начали действовать с 1 января 2016 года. Определен состав показателей отчетных данных кредитных союзов и формулы, на основании которых следует рассчитывать финансовые показатели. Создан новый автоматизированный отчет для анализа соблюдения финансовых нормативов деятельности кредитных союзов в информационной системе «Микст: Кредитный союз».

Ключевые слова: информационные системы, автоматизация, анализ, финансовые показатели, кредитные союзы.

Volynets V.I., Gordopolova N.V., Golovay N.M. NEW AUTOMATED REPORT TO ANALYZE COMPLIANCE WITH THE FINANCIAL REGULATIONS OF CREDIT UNIONS ACTIVITY

The composition of the financial indicators and regulations of credit unions, which began to operate from 1 January 2016, is determined. The composition of the report data indicators of credit unions and formulas, on base which the financial indicators should be calculated, is determined. A new automated report to analyze compliance with the financial regulations of credit unions activity in the information system «Mikst: Credit union» is created.

Keywords: information systems, automation, analysis, financial indicators, credit unions.

Постановка проблеми. Одним із шляхів удосконалення якості системи управління кредитних спілок є застосування автоматизованих обліково-аналітичних інформаційних систем, що дає змогу підвищити оперативність, точність, достовірність і об'єктивність обліково-аналітичної інформації та надати її у зручному для прийняття ефективних управлінських рішень вигляді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам автоматизації обліково-аналітичних завдань присвячено праці багатьох вітчизняних учених, таких як О.С. Височан, С.Й. Воробець, П.В. Іванюта та інших, в яких розглядаються як теоретичні питання побудови та функціонування автоматизованих обліково-аналітичних інформаційних систем, так і питання їх практичного застосування [1-5].

Серед інформаційних систем обліку діяльності кредитних спілок України широке розповсюдження набула інформаційна система «Мікст: Кредитна спілка» [6]. У праці [7] було запропоновано розширити функціональні можливості інформаційної системи «Мікст: Кредитна спілка» щодо розв'язання аналітичних завдань шляхом створення автоматизованого звіту для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок. Однак останні нормативно-

правові зміни щодо фінансових показників та нормативів діяльності кредитних спілок, які почали діяти з 1 січня 2016 року, вимагають створення нового автоматизованого звіту для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок в інформаційній системі «Мікст: Кредитна спілка».

Постановка завдання. Метою роботи є розробка нового автоматизованого звіту для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок в інформаційній системі «Мікст: Кредитна спілка».

Для досягнення поставленої мети необхідно:

1. Визначити склад фінансових показників та нормативів діяльності кредитних спілок, що почали діяти з 1 січня 2016 року.

2. Визначити склад показників звітних даних кредитних спілок та формули, на підставі яких варто розраховувати фінансові показники.

3. Створити автоматизований звіт для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок в інформаційній системі «Мікст: Кредитна спілка».

Виклад основного матеріалу дослідження. До складу фінансових показників діяльності кредитних спілок входять [8]:

1. Показники достатності капіталу та платоспроможності.

2. Показники якості активів, ризиковості операцій та прибутковості.

3. Показники ліквідності.

Залежно від ризиків діяльності кредитних спілок, обсягу та характеру проведення операцій, наявності мережі відокремлених підрозділів визначають три групи режимів регулювання кредитних спілок, для кожної з яких визначаються свої значення фінансових нормативів.

Перша група фінансових показників включає показники достатності капіталу, платоспроможності та рівнів резервного капіталу, на підставі яких визначається можливість розподілу доходу кредитної спілки на додаткові паї. Платоспроможність кредитної спілки визначається коефіцієнтом платоспроможності, питомою вагою прострочених зобов'язань за залученими депозитами та рівнем збитків кредитної спілки.

Капітал кредитної спілки не може бути меншим, ніж 10 відсотків від суми її загальних зобов'язань.

Коефіцієнт платоспроможності кредитної спілки, який визначається як співвідношення регулятивного капіталу (власних коштів) кредитної спілки до сумарних активів, зважених за ступенем ризику, та суми залишку зобов'язань членів кредитної спілки перед третіми особами не може бути меншим, ніж 8 та 7 відсотків відповідно для першої та другої груп режимів регулювання, а для третьої групи режимів регулювання не визначається.

Питома вага прострочених на 30 і більше календарних днів зобов'язань за залученими депозитами

повинна бути меншою, ніж 10 відсотків від суми невиконаних вимог за зобов'язаннями по договорах залучення внесків на депозитні рахунки.

Рівень збитків кредитної спілки, який визначається як відношення суми збитків до загальної суми резервного капіталу, обов'язкових пайових внесків та обов'язкових цільових внесків у додатковий капітал, не повинен перевищувати 25 відсотків.

Резервний капітал від суми активів, зважених за ступенем ризику, повинен складати не менше 15 відсотків. Мінімальний розмір резервного капіталу повинен становити 3 або 10 відсотків від зобов'язань кредитної спілки у разі відсутності або наявності у кредитної спілки внесків членів кредитної спілки на депозитні рахунки відповідно.

Кредитна спілка може здійснювати розподіл доходу на додаткові пайові внески лише за умови досягнення нормативів достатності капіталу, коефіцієнта платоспроможності, мінімального нормативного розміру резервного капіталу та дотримання нормативу прибутковості.

У другій групі фінансових показників показник якості активів, який визначається як відношення загальної суми заборгованості за простроченими, неповерненими, безнадійними та продовженими кредитами, не перекритої сформованим резервом забезпечення покриття втрат від неповернених позичок, до загальної суми заборгованості за наданими кредитами, не може перевищувати 8, 10 та 12 відсотків відповідно для першої, другої та третьої груп режимів регулювання кредитних спілок.

Таблиця 1

Розрахункові формули для визначення фактичних значень фінансових показників

Показник	Формула
Допоміжний показник AP (сумарні активи, зважені за ступенем ризику, та зобов'язання перед третіми особами)	$(\Phi 3П4_080 + \Phi 2П6_065) * 0 + (\Phi 2П6_061 + \Phi 2П6_062) * 0.2 + (\Phi 2П6_063 + \Phi 2П6_064 + \Phi 2П6_066 + \Phi 3П4_061 + \Phi 3П4_090 + \Phi 3П4_100 + \Phi 3П4_131) * 0.5 + (\Phi 3П4_010 + \Phi 3П4_020 - \Phi 5П6_020 + \Phi 3П4_060 - \Phi 3П4_061 + \Phi 3П4_130 - \Phi 3П4_131 + \Phi 3П4_140 + \Phi 3П4_350) * 1 + (\Phi 5П6_020 + \Phi 5П7_060) * 1.5$
Допоміжний показник AP1	$AP - \Phi 3П4_350$
Достатність капіталу	$\Phi 3П4_310 / \Phi 3П4_260 * 100$
Коефіцієнт платоспроможності	$(\Phi 2П6_081 + \Phi 2П6_083 + \Phi 2П6_090 + \Phi 2П6_102 + \Phi 2П6_103 + \Phi 2П6_104 + \Phi 2П6_110 + \Phi 3П4_040 + \Phi 3П4_120) / AP * 100$
Питома вага прострочених зобов'язань за залученими депозитами	$\Phi 9П8_030$
Рівень збитків до резервного капіталу та пайових внесків з обов'язковою сплатою	$-\Phi 2П6_110 / (\Phi 2П6_081 + \Phi 2П6_083 + \Phi 2П6_090) * 100$
Резервний капітал до активів	$\Phi 3П4_280 / AP1 * 100$
Мінімальний резервний капітал до зобов'язань	$\Phi 3П4_280 / \Phi 3П4_260 * 100$
Якість активів (прострочені кредити до кредитного портфеля)	$(\Phi 3П4_020 + \Phi 3П4_040 + \Phi 3П4_110 - \Phi 3П4_021 - \Phi 3П4_041 - \Phi 3П4_120) / (\Phi 3П4_010 + \Phi 3П4_030 + \Phi 3П4_110) * 100$
Максим. залишок за кредитами одного члена спілки до капіталу	$\Phi 2П6_010 / \Phi 2П3 / \Phi 3П4_310 * 100$
Кредити з великими ризиками до кредитного портфеля	$\Phi 6П15_010 / (\Phi 3П4_010 + \Phi 3П4_030 + \Phi 3П4_110) * 100$
Залучені кошти до зобов'язань та капіталу	$(\Phi 3П4_180 + \Phi 3П4_210) / \Phi 3П4_340 * 100$
Зобов'язання перед одним членом спілки до загальних зобов'язань	$(\Phi 2П6_120 + \Phi 2П6_130) / \Phi 2П2 / \Phi 3П4_260 * 100$
Зобов'язання перед третіми особами до регулятивного капіталу	$\Phi 3П4_350 / (\Phi 2П6_081 + \Phi 2П6_083 + \Phi 2П6_090 + \Phi 2П6_102 + \Phi 2П6_103 + \Phi 2П6_104 + \Phi 2П6_110 + \Phi 3П4_040 + \Phi 3П4_120) * 100$
Прибутковість (доходи до витрат)	$(\Phi 2П3_110 + \Phi 4П3_120) / (\Phi 4П3_280 + \Phi 2П4_092 + \Phi 2П4_153 + \Phi 2П4_154 + \Phi 2П5_111) * 100$
Збиток	Нормативне значення: $\Phi 3П4_280 - (3 \text{ чи } 10\%) * \Phi 3П4_260$ Фактичне значення: $-\Phi 2П6_110$
Миттєва ліквідність	$\Phi 3П4_080 / \Phi 9П5_020 * 100$
Короткострокова ліквідність	$(\Phi 3П4_080 + \Phi 2П6_011 + \Phi 2П6_012 + \Phi 2П6_030 + \Phi 2П6_061 + \Phi 2П6_062 + \Phi 2П6_065 + \Phi 3П4_051 * 3 + \Phi 3П4_061 * 3 + \Phi 3П4_131 * 3) / (\Phi 3П4_260 - \Phi 2П6_124 - \Phi 2П6_125 - \Phi 7П04_050 - \Phi 7П06_050 - \Phi 7П08_050 - \Phi 7П10_050) * 100$

Показники ризиковості операцій включають показник максимального кредиту, який не може перевищувати 20 відсотків капіталу кредитної спілки; показник максимального залишку за кредитами одного члена кредитної спілки, який не може перевищувати 25 відсотків капіталу кредитної спілки; показник заборгованості за кредитами, що пов'язані з великими ризиками, який не може перевищувати 80 відсотків загального кредитного портфеля кредитної спілки; показник залучених коштів, який не може перевищувати 50 відсотків вартості загальних зобов'язань та капіталу кредитної спілки; показник зобов'язань кредитної спілки перед одним своїм членом, який не повинен бути більше 10 відсотків від суми загальних зобов'язань кредитної спілки; показник зобов'язань членів кредитної спілки перед третіми особами, який не може перевищувати суму регулятивного капіталу (власних коштів).

Показник прибутковості, який визначається як співвідношення нерозподіленого доходу попереднього періоду та отриманих доходів звітного періоду до суми витрат, збільшених на суму доходу, спрямованого на формування резервного капіталу, та доходу, розподіленого на пайові внески, не має становити менше 100 відсотків.

Розмір збитку кредитної спілки не має перевищувати різниці між сформованим резервним капіталом та мінімальним нормативним розміром резервного капіталу для відповідної кредитної спілки.

Кредитна спілка має право здійснювати благодійну діяльність за умови дотримання кредитною спілкою нормативів достатності капіталу, коефіцієнта платоспроможності, мінімального нормативного розміру резервного капіталу та прибутковості.

Група показників ліквідності включає показники миттєвої та короткострокової ліквідності. Показник миттєвої ліквідності визначається як співвідношення суми грошових коштів у касі та на поточних рахунках у банках до суми внесків членів кредитної спілки на депозитні рахунки, кінцевий строк погашення яких настав, і не може бути меншим, ніж 12 та 10 відсотків відповідно для першої та другої групи режимів регулювання, а для третьої групи режимів регулювання не визначається. Показник короткострокової ліквідності визначається як співвідношення ліквідних активів з початковим терміном погашення до одного року до короткострокових зобов'язань з початковим терміном погашення до одного року і не повинен бути меншим 100 відсотків.

Розрахунок фактичних значень фінансових показників здійснюється на підставі звітних даних кредитної спілки [9], які включають звітні дані про фінансову діяльність кредитної спілки (форма 2), звітні дані про склад активів та пасивів кредитної спілки (форма 3), звітні дані про доходи та витрати кредитної спілки (форма 4), розрахунок необхідної суми резерву забезпечення покриття втрат від неповернених позичок (форма 5), звітні дані про кредитну

ДОТРИМАННЯ ФІНАНСОВИХ НОРМАТИВІВ діяльності кредитної спілки				
за 2015 р.				
(1 квартал, 1 півріччя, 9 місяців, рік)				
Команда				
(назва кредитної спілки)				
Номер пункту положення	Фінансовий показник	Нормативне значення, %	Фактичне значення, %	Дотримання нормативу
1.3	Група режиму регулювання кредитної спілки	X	2	X
2.2.1	Достатність капіталу (капітал до зобов'язань)	10,0	174614,7	Так
2.2.2	Платоспроможність в цілому	X	X	Так
	Коефіцієнт платоспроможності	7,0	26,5	Так
	Питома вага прострочених зобов'язань за залученими депозитами	10,0		Так
	Рівень збитків до резервного капіталу та пайових внесків з обов'язковою сплатою	25,0	20,7	Так
	Право на залучення депозитів	X	X	Так
2.2.3	Резервний капітал до активів	15,0	27,9	Так
2.2.4	Мінімальний резервний капітал до зобов'язань	3,0	53954,9	Так
2.2.5	Можливість розподілу доходу на паї	X	X	Ні
3.1	Прострочені кредити до кредитного портфеля	10,0	7,8	Так
3.2.1	Максимальний кредит до капіталу	20,0	5,0	Так
3.2.2	Максимальний залишок за кредитами одного члена спілки до капіталу	25,0	0,4	Так
3.2.3	Кредити з великими ризиками до кредитного портфеля	80,0		Так
3.2.4	Залучені кошти до зобов'язань та капіталу	50,0		Так
3.2.5	Зобов'язання перед одним членом спілки до загальних зобов'язань спілки	10,0		Так
3.2.6	Зобов'язання перед третіми особами до регулятивного капіталу	100,0		Так
3.3.1	Прибутковість (доходи до витрат)	100,0	69,5	Ні
3.3.2	Збиток, грн.	841746,2	198981,5	Так
3.3.3	Право на благодійну діяльність	X	X	Ні
4.1	Миттєва ліквідність	10,0	9999999999,9	Так
4.2	Короткострокова ліквідність	100,0	124868,1	Так

Рис. 1. Звіт «Дотримання фінансових нормативів діяльності кредитної спілки»

діяльність кредитної спілки (форма 6), звітні дані про залучені кошти від юридичних осіб (форма 7), інформацію щодо здійснення кредитними спілками операцій із внесками (вкладами) членів кредитної спілки на депозитні рахунки (форма 9).

Розрахункові формули для визначення фактичних значень фінансових показників наведено в таблиці 1, де посилання на комірки таблиць форм звітності містять інформацію про номер форми, код стовпця та код рядка таблиці форми (наприклад, посилання «ФЗП4_080» вказує на комірку форми 3 в стовпці з кодом 4 та рядку з кодом 080).

Автоматизований звіт для аналізу дотримання фінансових нормативів кредитної спілки може бути створений шляхом додавання до звіту «Перенесення даних в програму Держфінпослуг», який входить до складу звітів системи «Мікст: Кредитна спілка» і містить усі форми звітних даних кредитної спілки, таблиці розрахунку та аналізу фінансових показників.

При створенні таблиці необхідно визначити властивості комірок таблиці, які включають типи даних (текстові або числові), розрахункові формули згідно з таблицею 1 або постійні числові значення для числових комірок та умовні вирази з текстовими повідомленнями для текстових комірок, зовнішній вигляд.

Приклад сформованого звіту для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитної спілки наведено на рисунку 1.

Висновки. У результаті визначення складу фінансових показників та нормативів діяльності кредитних спілок, які почали діяти з 1 січня 2016 року, та показників звітних даних і формул, на підставі яких їх варто розраховувати, створено новий автоматизований звіт для аналізу дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок в інформаційній системі «Мікст: Кредитна спілка».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Височан О.С. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті / О.С. Височан. – Львів: Львівська політехніка, 2005. – 192 с.
2. Волинець В.І. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті. Комп'ютерний практикум / В.І. Волинець, Б.В. Погріщук, Н.В. Гордополова. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Крок, 2015. – 148 с.
3. Волинець В.І. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті. Комп'ютерний практикум. Частина 2 / В.І. Волинець, Б.В. Погріщук, Н.В. Гордополова. – 2-е вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Крок, 2014. – 209 с.
4. Воробець С.Й. Спеціалізовані програмні продукти для фінансового обліку та аналізу: 1С-Підприємство & Audit Expert / С.Й. Воробець, В.П. Кічор, М.Я. Яструбський. – Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. – 232 с.
5. Іванюта П.В. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті / П.В. Іванюта. – К.: ЦУЛ, 2007. – 280 с.
6. Мікст: Кредитна спілка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mikst.com.ua/solutions/94/>.
7. Волинець В.І. Автоматизований аналіз дотримання фінансових нормативів діяльності кредитних спілок в інформаційній системі «Мікст: Кредитна спілка» / В.І. Волинець, Н.В. Гордополова, П.К. Ніколюк // Обліково-аналітичне забезпечення управління: вітчизняний і міжнародний доступ: Монографія / за заг. ред. д.е.н. проф. М.Г. Білопольського; к.е.н., доц. Сизоненко О.А.; Макіївський економ.-гуманіт. ін-т. – Донецьк: Дмитренко Л.Р., 2014. – С. 99-107.
8. Положення про фінансові нормативи діяльності та критерії якості системи управління кредитних спілок та об'єднаних кредитних спілок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0148-04>.
9. Порядок складання та подання звітності кредитними спілками та об'єднаними кредитними спілками до Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0069-04>.



УДК 657.1

Кононенко В.А.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Одеського державного аграрного університету***Цупаленко Ж.П.***студент
Одеського державного аграрного університету*

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

У статті розглянуто важливість оптимальної кількості запасів для підприємства. Досліджено сучасний стан обліку господарських операцій, пов'язаних з організацією та здійсненням обліку виробничих запасів на підприємствах, і запропоновано напрями їх удосконалення. Проаналізовано основні проблеми, пов'язані з організацією та веденням обліку виробничих запасів на підприємствах, та запропоновано напрями їх удосконалення.

Ключові слова: запаси, класифікація запасів, оцінка запасів, облік запасів, напрями вдосконалення обліку запасів.

Кононенко В.А., Цупаленко Ж.П. УЧЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье рассмотрена важность оптимального количества запасов для предприятия. Исследовано современное состояние учета хозяйственных операций, связанных с организацией и осуществлением учета производственных запасов на предприятиях, и предложены направления их усовершенствования. Проанализированы основные проблемы, связанные с организацией и ведением учета запасов на предприятиях, и предложены направления их решения.

Ключевые слова: запасы, классификация запасов, оценка запасов, учет запасов, направления совершенствования учета запасов.

Кoноненко V.A., Tsupalenko Z.P. ACCOUNT OF PRODUCTIVE SUPPLIES: THE MODERN STATE THAT DIRECTIONS OF IMPROVEMENT

In the article the importance of optimal number of stocks for the enterprise. Researched the current state accounting of business transactions related to the Organization and implementation of inventory accounting in enterprises Ta directions of improving them. Analysed the main problems related to the Organization and conduct of the stocks accounting at enterprises and the directions of their decision.

Keywords: supplies, classification of production supplies, inventory, accounting for inventories, ways to improve of accounting reserves.

Постановка проблеми. Для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємствами всіх форм власності та галузей економіки використовуються запаси, які є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства. Добре побудований, належним чином організований облік запасів, тобто якісна поінформованість про їх наявність та рух, мають суттєве значення в управлінні виробничою діяльністю кожного підприємства.

Виробничі запаси – важлива складова частина національного багатства країни. Матеріали – предмети, які є матеріально-речовою основою виготовленої продукції. Вони беруть участь у виробничому процесі одноразово і переносять свою вартість на кінцеву продукцію повністю, тому контроль їх збереження і раціонального використання має важливе значення [6, с. 72].

Розвиток господарських зв'язків в умовах ринку значно розширює кількість користувачів обліковою і звітною інформацією. Ними є не тільки працівники управління, безпосередньо пов'язані з підприємством, а й зовнішні користувачі інформації, які мають прямий фінансовий інтерес: банки – при вирішенні питань про надання кредитів; постачальники – при укладанні договорів на поставку товарно-матеріальних цінностей; інвестори, засновники, акціонери, яких цікавить рентабельність укладеного капіталу і можливість одержання доходів (дивідендів). Значний інтерес облікова інформація має також для працівників податкових і фінансових служб, органів державної статистики й управління [9, с. 380]. Для формування і накопичення достовірної інформації про наявність та ефективність використання запасів перед бухгалтерським обліком мають бути виконані наступні завдання:

- забезпечення точності оцінки запасів на будь-яку дату;
- періодичне уточнення вартості запасів;
- проведення інвентаризацій матеріальних цінностей з метою виявлення непотрібних та таких, що втратили свою цінність;
- точне визначення вартості придбаних матеріальних цінностей;
- точність оцінки спожитих та реалізованих матеріалів;
- своєчасне документування операцій, пов'язаних з рухом матеріалів та їх залишків [10, с. 193].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем обліку виробничих запасів зробили такі вітчизняні науковці, як А.В. Алексеева, О.А. Бакурова, Т.В. Вождарнік, О.В. Болдуєва, О.І. Коблянська, О.П. Левченко, Н.М. Малюга, К.С. Нагірська, Л.В. Нападовська, М.Ф. Огійчук, О.М. Рибалко, І.Б. Садовська, Н.М. Ткаченко та ін. Однак вивчення наукових праць свідчить про те, що й досі залишаються дискусійними теоретичні положення і важливі питання обліку виробничих запасів, що потребують удосконалення.

Мета статті полягає у вивченні теоретичного та практичного досвіду організації бухгалтерського обліку запасів та розробці шляхів їх удосконалення.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання: дослідити питання визначення терміну «запаси» в нашій країні та міжнародній практиці; вивчити склад та структуру виробничих запасів; класифікацію та джерела надходження запасів до підприємства; оцінку запасів при надходженні та використанні запасів; сучасний стан синтетичного та аналітичного обліку; на під-

ставі проведених досліджень запропонувати заходи щодо удосконалення обліку запасів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «запаси» у вітчизняній науковій літературі з'явився в період реформування бухгалтерського обліку в Україні з метою наближення його до міжнародних стандартів. До цього часу ця категорія характеризувалась як: товарно-матеріальні цінності, предмети праці, матеріальні ресурси, виробничі ресурси тощо. Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [5], що максимально відображає зміст МСФО 2 «Запаси» [4], під запасами слід розуміти активи, які: утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством. Однак поняття виробничих запасів у зазначених нормативних документах не згадується, тоді як форма фінансової звітності № 1 «Баланс» передбачає статтю «Виробничі запаси», де показується вартість запасів малоцінних та швидкозношуваних предметів, сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, запасних частин, тари, будівельних матеріалів та інших матеріалів, призначених для споживання в ході нормального операційного циклу [8, с. 1032].

У бухгалтерському обліку поняття «виробничі запаси» розглядається як придбані або самостійно виготовлені вироби, які підлягають переробці на підприємстві. До них відносяться: сировина і матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, паливо, тара і тарні матеріали, будівельні матеріали, матеріали передані в переробку, запасні частини, матеріали сільськогосподарського призначення, інші матеріали [7, с. 229–230].

До запасів відносять предмети праці, які призначені для використання у виробництві, для виготовлення продукції та господарських потреб, придбані для подальшого перепродажу або використовуються для обслуговування виробництва, виконання робіт, послуг і потреб управління.

Відповідно до П(С)БО 9, запаси – це активи, які:

- утримуються для подальшого продажу (розподілу, передачі) за умов звичайної господарської діяльності;
- перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;
- утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [5].

Запаси включають:

- сировину, основні й допоміжні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб;
- незавершене виробництво у вигляді не закінчених обробкою і складанням деталей, вузлів, виробів та незакінчених технологічних процесів. Незавершене виробництво на підприємствах, що виконують роботи та надають послуги, складається з витрат на виконання незакінчених робіт (послуг), щодо яких підприємством ще не визнано доходу;
- готову продукцію, що виготовлена на підприємстві, призначену для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом;

- товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу;

- малоцінні та швидкозношувані предмети, що використовуються протягом не більше одного року або нормального операційного циклу, якщо він більше одного року [7, с. 232–233].

Для сільськогосподарських підприємств характерною особливістю є висока питома вага у загальній структурі запасів таких цінностей, які призначені для процесу виробництва.

Специфічною особливістю запасів є те, що вони в процесі виробництва використовуються повністю і тому для кожного нового процесу виробництва їх потрібно замінити новими.

У собівартості аграрних підприємств питома вага витрат використаних запасів складає біля 75%, а в окремих високотехнологічних – 80–85%. Тому питанням обліку виробничих запасів приділяється велика увага. Бухгалтерський облік призначений забезпечити постійний контроль своєчасного і повного надходження і оприбуткування запасів на складах підприємства.

Придбані та вироблені на підприємстві запаси зараховуються за первинною вартістю (вартість запасів, що придбані за плату) із включенням таких фактичних витрат:

- суми, сплачені постачальнику відповідно до умов договору;
- суми, сплачені за інформаційні, посередницькі та інші подібні послуги, пов'язані з пошуком, придбанням матеріалів, запасів;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які відшкодовуються підприємству;
- витрати на заготівлю, вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування запасів до місця їх використання, включаючи витрати із страхування та проценти за комерційний кредит постачальників;
- інші витрати, пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні до використання [11, с. 239–240].

В інших випадках оцінка запасів визначається за такою методикою:

1. Запаси, що виготовлені власними силами підприємства, оцінюються за собівартістю їх виробництва.
2. Запаси, внесені до статутного капіталу підприємства, оцінюються за погодженою засновниками підприємства справедливою собівартістю.
3. Запаси, отримані підприємством без відповідної оплати, оцінюються за їх справедливою вартістю.
4. Запаси, що надійшли в результаті обміну на відповідні подібні запаси, оцінюються за балансовою вартістю переданих запасів. Якщо балансова вартість запасів перевищує їх справедливу вартість, то первинною вартістю отриманих запасів буде їх справедлива вартість. Різниця між балансовою вартістю і справедливою вартістю переданих запасів відноситься до складу витрат звітного періоду.
5. Запаси, які придбані в обмін на неподібні запаси, оцінюються за справедливою вартістю переданих запасів, збільшених на суму грошей чи їх еквівалентів, що була передана в процесі обміну [3, с. 64].

Виробничі запаси надходять на склади підприємства з різних джерел: від постачальників відповідно до укладених договорів на поставку, в яких зазначено найменування матеріальних ресурсів, обсяги і строки поставок, ціни, способи доставки; від оприбуткування запасів, виготовлених у своїх виробничих підрозділах; у повернення запасів із виробничих підрозділів на склади; оприбуткування відходів

виробництва; залишків, виявлених при інвентаризації; оприбуткування запасів, отриманих від ліквідації основних засобів і малоцінних та швидкозношуваних предметів; надходження через підзвітних осіб.

Кожна господарська операція з надходження запасів повинна бути оформлена відповідним первинним документом визначеної форми [11, с. 245–246].

Для раціональної організації обліку запасів важливе значення має їх науково обґрунтована класифікація (табл. 1).

Наведена класифікація запасів забезпечує виконання основних завдань організації обліку та контролю виробничих запасів, серед яких: раціональне визначення одиниці обліку запасів та формування номенклатури-цінника; організація складського господарства; достовірне визначення первісної вартості запасів; визначення умов переоцінки запасів на дату балансу та методів їх оцінки в разі вибуття; розкриття інформації про запаси у примітках до фінансової звітності. Забезпечення зберігання виробничих запасів здійснюють такими методами: через систему матеріальної відповідальності – укладанням договорів з працівниками, які мають доступ до оформлення документів про рух матеріальних цінностей; документальне оформлення всіх операцій руху матеріальних цінностей (прийняття, відпуск, списання); затвердження окремим наказом посадового списку осіб, що мають право підписувати документи з прийняття, відпуску та списання матеріальних цінностей; налагодження складського господарства; проведення інвентаризації (вибіркової та суцільної).

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси і розкриття її у фінансовій звітності регламентуються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». Запаси визнаються активом, якщо існує вірогідність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, а їх вартість може бути достовірно визначена [10, с. 184]. Важливе значення для правильного обліку має також порядок оцінки запасів.

Згідно з П(С)БО 9 «Запаси», придбані або вироблені запаси зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Первісною вартістю запасів, які придбані за плату, є собівартість запасів, яка складається з таких фактичних витрат: суми, які сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю); суми, які сплачуються за інформаційні, посередницькі та інші послуги у зв'язку з пошуком та придбанням запасів; суми ввізного мита; суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які не відшкодовуються підприємству; затрати по заготівлі, на вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування запасів до місця їх використання, включаючи витрати по страхуванню і ризику транспортування запасів; інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, у якому вони придатні для використання за призначенням. До таких витрат, зокрема, належать прямі витрати підприємства на доробку і підвищення якісних характеристик запасів. Оцінка вибуття запасів у разі відпуску матеріалів у виробництво, продажу або іншому

Таблиця 1

Характеристика основних видів запасів

№ п/п	Класифікація групи за призначенням	Вид запасів	Характеристика
1	За призначенням і причинами утворення	Постійні	Частина виробничих запасів і товарних запасів, що забезпечують безперервність виробничого процесу між двома черговими поставками
		Сезонні	Запаси, що утворюються при сезонному виробництві продукції чи сезонному транспортуванні
2	За місцем знаходження	Складські	Запаси, що знаходяться на складах підприємства
		У виробництві	Запаси, що знаходяться в процесі обробки
		В дорозі	Продукція, що відвантажена споживачу і ще ним не отримана, знаходиться в дорозі
3	За рівнем наявності на підприємстві	Нормативні	Запаси, що відповідають запланованим обсягам запасів, необхідним для забезпечення безперебійної роботи підприємства
		Понаднормові	Запаси, що перевищують їх нормативну кількість
4	За наявністю на початок і кінець звітного періоду	Початкові	Величина запасів на початок звітного періоду
		Кінцеві	Величина запасів на кінець звітного періоду
5	По відношенню до балансу	Балансові	Запаси, що є власністю підприємства і відображаються в балансі
		Позабалансові	Запаси, що не належать підприємству і знаходяться на ньому через визначені обставини
6	За ступенем ліквідності	Ліквідні	Виробничі та товарні запаси, що легко перетворюються на грошові кошти у короткий термін без значних витрат первісної вартості таких запасів
		Неліквідні	Виробничі та товарні запаси, які неможливо легко перетворити на грошові кошти у короткий термін і без значних витрат первісної вартості таких запасів
7	За походженням	Первинні	Запаси, що надійшли на підприємство ззовні від інших підприємств і не підлягли обробці на даному підприємстві
		Вторинні	Матеріали і вироби, що після первинного використання можуть застосовуватись вдруге на підприємстві (відходи виробництва)
8	За обсягом	Вільні	Запаси, що знаходяться у надлишку на підприємстві
		Обмежені	Запаси, що знаходяться в обмеженій кількості на підприємстві
9	За сферою використання	У сфері виробництва	Запаси, що знаходяться у процесі виробництва (виробничі запаси, незавершене виробництво)
		У сфері обігу	Запаси, що знаходяться у сфері обігу (готова продукція, товари)
		У невиробничій сфері	Запаси, що не використовуються у виробництві

вибутті, згідно з Положенням, здійснюється по одному з таких методів: ідентифікована собівартість одиниці запасів; середньозважена собівартість; собівартість перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативні затрати; ціна продажу [10, с. 186].

Синтетичний облік придбаних запасів на рахунку 20 «Виробничі запаси» та його субрахунках підприємства обліковують за фактичною собівартістю їх придбання (заготівлі), яка, як зазначалося раніше, включає: покупну вартість і транспортно-заготівельні витрати (витрати на транспортування, навантаження, розвантаження, доставку до складів підприємства, включаючи націнки постачальницьких і посередницьких організацій, вартість послуг товарних бірж і брокерських контор, мито і митні збори тощо).

Ця собівартість виявляється, як правило, тільки наприкінці місяця – після відображення всіх заготівельних операцій і розподілу їх між окремими видами запасів. За дебетом рахунку 20 «Виробничі запаси» відображаються надходження запасів на підприємство за фактичною собівартістю та їх дооцінка. За кредитом цього рахунку відображаються використання запасів на виробництво продукції (робіт, послуг) та інше їх вибуття за середньозваженою фактичною собівартістю або за іншими цінами (п. 16 ПСБО 9 «Запаси»).

Для систематизації про надходження матеріальних цінностей і стан розрахунків з постачальниками використовується Журнал-ордер 5А с. -г., який об'єднується з відомістю. Протягом місяця записи в Журналі-ордері 5А с. -г. робляться на підставі документів постачальника, які надходять у бухгалтерію та відповідним чином обробляються. Доцільно відображати вартість матеріальних цінностей за купівельними цінами, в якості яких приймається ціна постачальника, що показана в рахунках до оплати. Усі інші елементи, що вказані у рахунках постачальника, у ціну не входять і відображаються окремо або входять до складу транспортно-заготівельних витрат. Журнал-ордер 5А с. -г. також відображає дані аналітичного обліку: кожний рахунок постачальника записується окремою позицією, де вказуються дані про вартість матеріальних цінностей у цілому або за їх окремими видами, що вирішує головний бухгалтер, сума податку на додану вартість, яка відшкодовується покупцю з бюджету, сума нестач, сума до оплати постачальнику і погашення заборгованості постачальнику. Такі записи робляться лінійно-позиційним способом. Разом із тим загальні підсумки Журналу 3 означають синтетичні дані або кореспонденцію рахунків та суми, які відносяться в дебет чи кредит відповідних рахунків. При застосуванні комп'ютерної техніки в обліку замість Журналу-ордера 5А с. -г. можуть складатися машинограми в розрізі, який необхідний не лише для складання фінансової звітності, а й для потреб менеджерів, які використовують машинограми для аналізу даних та прийняття управлінських рішень.

Аналітичний облік виробничих запасів ведеться в розрізі їх найменувань або однорідних груп, за допомогою карток складського обліку, які розміщуються в картотеці за технічними групами виробничих запасів відповідно до номенклатури-цінника. Кожна з груп виробничих запасів поділяється за видами, сортами, марками, типами, розмірами. Кожному найменуванню, сорту, розміру виробничих запасів привласнюється номенклатурний номер, який записують до спеціального реєстру – номенклатури-цінника, де також вказують одиницю виміру та облікову ціну запасу [11, с. 291].

Необхідними передумовами раціональної організації обліку запасів є: раціональна організація складського господарства; розробка номенклатури запасів; наявність інструкції з обліку виробничих запасів; правильне групування (класифікація) запасів; розробка норм витрачання запасів. Умовою постійного та прибуткового виробництва є правильна організація зберігання і використання виробничих запасів. Їх раціональне використання призводить до зниження собівартості виготовленої продукції, а отже, і ціни, що вплине на збільшення прибутку підприємства. Важливим є те, що запаси обслуговують сферу виробництва і є його матеріальною основою [1, с. 172].

Організація автоматизованого складського обліку дозволяє розв'язати наступні завдання обліку: контроль виконання договірних зобов'язань за кожним постачальником; відхилення фактичних матеріально-виробничих запасів від нормативних; спостереження за рухом матеріально-виробничих запасів за місцями зберігання і споживання.

Комп'ютеризація обліку виробничих запасів дозволить вирішити проблему аналітичного обліку. Якщо при застосуванні паперових форм обліку збільшення рівнів деталізації аналітичного обліку та переліку об'єктів аналітики вимагає збільшення кількості облікових працівників, то при застосуванні комп'ютерної техніки можна ефективно вести аналітичний облік з будь-яким рівнем деталізації та широкою номенклатурою аналітичних об'єктів. Реєстрація операцій у хронологічному і системному порядку в розрізі синтетичних та аналітичних рахунків, яка раніше здійснювалась окремо, поєднується в одному робочому процесі. При цьому контроль тотожності даних аналітичного та синтетичного обліку забезпечується автоматично. При паперових формах обліку операції накопичення даних в облікових реєстрах, обчислення підсумків та перенесення даних між обліковими реєстрами потребують великих затрат живої праці та завжди пов'язані з помилками. При застосуванні комп'ютерів ці операції виконуються без участі людини. Таким чином, за умови, що при застосуванні комп'ютерів не копіюється жодна з паперових форм, а ведеться єдиний хронологічний реєстр – Журнал операцій, забезпечується технічний механізм, а при належній організації первинного документування та документообігу – господарський. При вдосконаленні структури бухгалтерії одним з найважливіших факторів є можливість здійснення контролю точності облікових даних і надійність інформаційних зв'язків як усередині бухгалтерії, так і між бухгалтерією та підприємствами. Зважаючи на це, перспективною є побудова структури бухгалтерії при застосуванні комп'ютерів, що складається з двох основних відділів: відділу інформаційної системи та відділу контролю. Таким чином, розв'язання задач оперативного економічного аналізу виробничих запасів за допомогою комп'ютерів надасть можливість підвищити якість оперативного управління не лише в процесі їх витрачання, але й на всіх інших етапах – моделювання, нормування, забезпечення.

Висновки. Проведені наукові дослідження показують, що процес обліку надходження та використання виробничих запасів є трудомісткою ділянкою, тому на багатьох підприємствах спостерігаються певні недоліки, а на деяких – запущеність обліку, що призводить до великих утрат запасів. Усе це зайвий раз підтверджує, що до цього часу залишаються невирішеними багато важливих питань, пов'язаних з розробкою науково обґрунтованої системи обліку виробничих запасів.

Загальні рекомендації з удосконалення організації обліку виробничих запасів на сільськогосподарських підприємствах можуть бути наступними:

1) щоб уникнути помилок і порушень при зборі і реєстрації оперативних фактів, виробничих запасів, що підлягають обліку, доцільно розробити детальні інструкції конкретним виконавцям (у вигляді посадових інструкцій, виписок з графіків документообігу) про порядок і терміни реєстрації даних, а також використовувати систему заохочень і покарань при виконанні виконавцями своїх обов'язків. Проведення контрольних заходів (ревізії, звірки, інвентаризації) знижує ризик неефективної системи збору і реєстрації оперативного факту;

2) використання на всіх ділянках обліку уніфікованих форм документації. Для цього необхідно розробити наказ по підприємству, в якому визначити перелік осіб, що відповідають за здійснення тієї або іншої господарської операції і мають право підпису первинних документів;

3) на кожному сільськогосподарському підприємстві розробити графік документообігу з обліку виробничих запасів і доведення до виконавців їх функцій при створенні і перевірці первинного документу;

4) детально прописати у посадовій інструкції необхідність обов'язкового контролю правильності оформлення первинної документації з обліку виробничих запасів та ступеню відповідальності працівника бухгалтерії;

5) здійснення перевірки службами внутрішнього контролю дотримання вимог законодавства в частині організації документування операцій, пов'язаних з обліком запасів;

6) на кожному підприємстві розробити систему автоматизації обліково-аналітичних робіт в управлінні виробничими запасами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коблянська О.І. Фінансовий облік: [навч. посіб.] / О.І. Коблянська. – К.: Знання, 2007. – 471 с.
2. Левченко О.П. Шляхи удосконалення організації обліку виробничих запасів / О.П. Левченко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4(28). – С. 266–270.
3. Малюга Н.М. Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку: теорія, практика, перспективи: [монографія] / Н.М. Малюга. – Житомир: ЖІТІ, 2007. – 384 с.
4. МСФО 2 «Запаси» (IAS 2. Inventories) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua/document/92420/МСБО_2.pdf.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджений Наказом МФУ від 20.10.1999 р. № 246 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
6. Рибалко О.М. Удосконалення обліку виробничих запасів / О.М. Рибалко, О.В. Болдуєва // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2008. – № 6. – 210 с.
7. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: [навч. посіб.] / І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 688 с.
8. Сирцева С.В. Облік запасів за національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку: порівняльний аспект / С.В. Сирцева, А.С. Криклива, Р.О. Співаченко // Глобальні та національні проблеми економіки: зб. наук. праць Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 5. – С. 1031–1035.
9. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: [підручник] / Н.М.Ткаченко. – К.: Алерта, 2011. – 976 с.
10. Фінансовий облік: [підручник] / Л.В. Нападовська, А.В. Алексєєва, О.А. Бакурова [та ін.]; за заг. ред. Л.В. Нападовської. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 700 с.
11. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: [підручник] / М.Ф. Огійчук, В.Я. Плаксінко, М.І. Беленкова [та ін.]; за ред. проф. М.Ф. Огійчука. – К.: Алерта, 2011. – 1042 с.

СЕКЦІЯ 9 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 005

Dolya K.V.*Ph.D, Senior Lecturer at the Department of GIS, Land and Real Estate Appraisal
Kharkiv National University of Municipal Economy O.N. Beketov***Dolya O.I.***Research Assistant of Department of Project Management
in Municipal Economy and Construction
Kharkiv National University of Municipal Economy O.N. Beketov*

ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELING INFLUENCE OF ENVIRONMENT AT THE DEVELOPMENT OF SYSTEMS PASSENGER TRANSPORT

In the article the problem influence of environment on the development of passenger transport systems. Was made mathematical modeling of the impact of environment on the system. Invented mathematical model improves the known scientific approaches to forecasting of passenger transport system, it unlike the known provides an account of influence environment on the development of the transport system of bus passenger transport.

Keywords: passenger, transport, demand, money, cost, bus, system, transport.

Доля К.В., Доля О.І. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ СЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК ПАСАЖИРСЬКИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ

У статті розглянуто питання щодо можливості винаходження впливу середовища на розвиток пасажирських транспортних систем. Здійснено математичне моделювання впливу середовища на систему. Отримана математична модель удосконалює відомі наукові підходи щодо прогнозування стану пасажирської транспортної системи, що на відміну від існуючих забезпечує врахування впливу середовища на розвиток транспортної системи автобусних пасажирських перевезень.

Ключові слова: пасажир, перевезення, попит, гроші, вартість, автобус, система, транспорт.

Доля К.В., Доля Е.Е. ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ПАССАЖИРСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ СИСТЕМ

В статье рассмотрены вопросы изучения влияния среды на развитие пассажирских транспортных систем. Проведено математическое моделирование влияния среды на систему. Полученная математическая модель совершенствует известные научные подходы к прогнозированию состояния пассажирской транспортной системы, в отличие от существующих обеспечивает учет влияния среды на развитие транспортной системы автобусных пассажирских перевозок.

Ключевые слова: пассажир, перевозки, спрос, деньги, стоимость, автобус, система, транспорт.

The statement of the problem. Decision-making processes in system management of projects are in the environment of uncertainty, which is associated with lack of information in full measure, subjective factors and influence of factors. We can assume that in a case of project management, procurement of vehicles depends on the volume and price of the sold products, this can be attributed to the volume of transported passengers and tariffs for transportation, the spending for the construction mostly depend on the cost of fueling and lubricating materials, the cost of borrowing depends on the price of the vehicles [1, 2]. In science, to plan a design decisions in the production of authors [3] proposed using economic-mathematical models. The use of such models ensures optimum invention of options in the puzzle of certain conditions.

Therefore, creation of economic-mathematical model to influence environment on the development of transport system, is a key issue.

An analysis of recent research and publications. Management of transport system of passenger transportation includes planning scheme route, route network density, urban design, choice of vehicle brands and timetables [4-8]. The brand of vehicle, timetable and route setting circuit parameters affect the volume of passenger traffic

[9-10]. In turn, the volume of passengers carried for the period, is considered as the number of users of the services of transport on passenger routes in a period at a certain cost of services. In [11] the author defined demand as the number of goods; the consumer is ready to buy at a certain price level over a specified period.

Setting the objectives. To develop economic-mathematical model to influence on the environment on the development of bus passenger transportation system.

Summary of the main material research. The author [12] indicated that there is aggregate demand, which is necessary, on the market in cash. In other words, it is the amount of goods and services that consumers (residents and nonresidents) buy at a certain price level.

From these definitions, it follows that there is a relationship between the volume of production, prices and demand. This dependence is described by the demand. The essence of this law is that consumers (citizens, businesses, government and foreigners) all other conditions being equal to purchase the greater the amount of goods and services, the lower the general price level and vice versa., the level of prices and the real volume of aggregate demand growth exists inverse relationship.

A similar dependence was also obtained in [13] regarding the scope of population on transport services.

$$k_{on} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} = -0,382 + 1,286 \frac{\Delta U'_n}{U'_n} - 0,0031 l_m + 0,0754 \frac{U'_n}{U'_a} + 0,0101 l_{cp} \quad (1)$$

Where: k_{on} – coefficient of relative changes of volume of traffic;

Q_1 – the number of transported passengers by bus one day before the change of tariff;

Q_2 – the number of passengers on a bus in the newly created Tariff;

$\Delta U'_n$ – changing the fare on the route, UAH;

U'_n – the newly created the fare on the route, UAH;

U'_a – fare on bus routes to competitors, UAH;

U'_{min} – fare on the routes of electric transport, UAH;

l_m – length of the route that is under consideration, km;

l_{cp} – the average distance a passenger travel from route to route, km.

Reduced dependence proves that coefficient of comparative changes the traffic volumes carried increases at reducing $\Delta U'_n$ and U'_n , i.e. if the cost of travelling is reduced, this will automatically increase the amount of passengers.

This confirms the possibility of application of mathematical law demand, which is the next general view [10]:

$$Q_d = f(P) \quad (2)$$

Where: Q_d – demand, units;

P – cost, UAH.

The cost of production for the user in the application of a passenger transport system is a quantitative display spent on travel money or amount used in fares [10].

$$P = \sum T_i \quad (3)$$

Where: T_i – the tariff on i routes

Simultaneously considering dependence (1) note that the coefficient of relative changes in the traffic volume increases with the length of the route. This dependence is based on the properties of demand, namely of elasticity.

Elasticity – a measure of responsiveness in one variable to change in another; more precisely this is a number that shows the percentage change in one variable due to a one percent change in another variable. A striking example is the pricing of elasticity demand, which reflects the change in quantity demanded for a particular commodity, when it changes price. The degree of elasticity or inelasticity demand is measured by the coefficient calculated by the formula [14]:

$$E_p = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \quad (4)$$

Where: ΔQ_d – the change of demand, %;

ΔP – the change in value, %.

With increasing length of the route, elasticity coefficient decreases. This is due to a decrease in opportunities to use the services of other routes to meet the needs of the movement.

However, expression (2) provided a fair amount of money unchanged and is based on the quantity theory of money equation [12]:

$$MV = PY \quad (5)$$

Where: M – amount of money;

V – the velocity of money;

Y – the physical gross volume of domestic product

With consistent huge amount of money in equations (5), increased price levels demonstrates the following [12], namely:

1. Increases the demand for money, increase interest rates, the credit cost more, aggregate demand falls.

2. Reduces the real purchasing power of accumulated financial assets with fixed money value.

3. Leads to the fact that an increasing number of foreign buyers becomes unprofitable to buy products on the domestic market because there comes a time when domestic prices are higher than foreign. The Dynamics of exchange rates and gross domestic product (GDP) in themselves can have an impact on aggregate demand [12].

From the foregoing, it is established that fluctuations of exchange rates, GDP, fares and route characteristics influence demand. In this demand – volume of transported passengers on the route are combined processes that select the type of vehicle, number of vehicles, setting schedules and route maps [4].

From the above you can make the assumption about the existence of the influence of transport demand for passengers on routes in general use of quantitative characteristics reflecting the purchase of vehicles. Let us Analyze how the influence of currency fluctuations, average monthly income of the Ukrainian citizen and the GDP on the development of passenger transportation system of Ukraine in terms of the acquisition of the bus business entities that are registered in the city of Kharkov and Kharkov region. To conduct this analysis data used from the state statistics service of Ukraine [15] and Financial portal of the Ministry of Finance of Ukraine [16] are summarized in table. 1.

Table 1

Quantitative indicators, obtained from government websites.

Year	GDP per capita, dollars GDP (Pers./ USD.)	Average monthly income of a Ukrainian citizen SZP, UAH	Currency exchange rates, KUR – 100\$/ 100 UAH	The number of buses purchased during the year, business entities, Units	Number of purchased new buses per year – A», Units
2000	729	178	544,02	22	1
2001	782	230	537,21	8	0
2002	871	311	532,66	19	7
2003	1046	376	533,27	89	22
2004	1370	426	531,92	91	22
2005	1825	590	512,47	97	55
2006	2304	806	505,00	174	84
2007	3065	1041	505,00	258	124
2008	3874	1351	526,72	285	147
2009	2529	1806	779,12	204	35
2010	2953	1906	793,56	230	34
2011	3559	2239	796,76	657	305
2012	3866	3026	799,10	503	129
2013	4030	3026	799,30	412	73
2014	3014	3265	2411,27	126	9

$$k_A = \frac{A_1 - A_2}{A_2}, \quad (6)$$

Where: A_i – the amount of sold units of bus a year.

$$k_{A'} = \frac{A'_1 - A'_2}{A'_2}, \quad (7)$$

Where: A'_i – the amount new buses purchased per year.

Processing of the obtained data (table. 2) in the program statistics allowed us to determine the following regression equation:

$$n_A = 0.576 + 0.436x_1 - 0.01x_2 - 0.18x_3 + 0.509x_4, \quad (8)$$

A correlation analysis demonstrates the value of the factor x_2 and x_3 , so these factors were excluded from further consideration.

The Obtained regression equation is:

$$n_A = 0.76 + 0.605x_1 + 0.503k_A, \quad (9)$$

in this case, the correlation coefficient is 0.65, which indicates an average relation between the factors.

Assuming that the coefficients on the relative changes on the quantity of purchased buses k_A – and the relative change of volume of acquisition new buses $k_{A'}$, is affected by the factors shown in table. 2.

We will check the adequacy of resulting linear model using the Fisher criterion. This model is adequate if the following inequality is satisfied [17, 18].

$$F_p = \frac{S_{ad}^2}{S_y^2} \leq F_T, \quad (10)$$

Where S_{ad}^2 – variance of adequacy;

S_y^2 – Variance of reproducibility.

The table value of the Fisher test at 5% significance level when the number of degrees of freedom for the variance $K_{ad} = 11 - 2 - 1 = 8$ and the adequacy of the number of degrees of freedom for the variance of reproducibility $K_y = n = 11$ becomes $F_T = 2,95$.

That is: $F_p = 1,25 < F_T = 2,95$

Indicating the adequacy of the obtained model.

The mathematical model for determining the coefficient of relative change of volumes for the purchase of new buses if you change the basic economic characteristics of the environment is as follows:

$$n_A = \frac{A_{\text{нов2}} - A_{\text{нов1}}}{A_{\text{нов2}}} = 0.76 + 0.605 \frac{VVP_2 - VVP_1}{VVP_2} + 0.503 \frac{A_2 - A_1}{A_2}, \quad (11)$$

Conclusions from the study. The obtained regularity of the coefficient of relative change of volumes of purchase of new buses, if you change the basic economic characteristics of the environment it allows the

prediction on the development of passenger transport systems. This will ensure that the customer transportation has the opportunity to plan the number of vehicles that serve individual destinations or routes. The basis of the determined dependence provides the ability to plan procurement of vehicles and to predict risk factors for projects of passenger traffic.

REFERENCES:

- Vorkut T.A. Proektnij analiz: navch. posib. / T.A. Vorkut. – K.: Ukr. tsentr duhovnoyi kul'turi, 2000. – 428 s.
- Sistema upravlinnya rizikami proektiv pidpnyemstva: navch. posibnik / I. V. Chumachenko, M. O. Latkin, T. I. Bondaryeva, N. V. Dotsenko. – Harkiv: Nats. ayerokosm. un-t im. M. Ye. Zhukovskogo «Harkiv. aviats. in-t», 2012. – 232 s.
- Matematichni modeli planuvannya virobnytstva v aerokosmichnij galuzi: navch. Posibnik / I.V. Chumachenko; O.I. Lisenko; I.A. Skachkova; I.M. Kadikova; V.M. Krasnikov: za red. I.V. Chumachenko. – H.: «HAI», 2012. – 272 s.
- Efremov I. S. Teoriya gorodskih passazhirskih perevozok / I. S. Efremov, V. M. Kobozev, V. A. Yudin – M.: Vysshaya shkola, 1980. – 535 s.
- Arrak A. Sotsial'no-ekonomicheskaya effektivnost' passazhirskih perevozok / A. Arrak – Tallin: Eesti raamat, 1984. – 216 s.
- Arrak A. Razvitie i effektivnost' passazhirskih perevozok / A. Arrak – Tallin: Eesti raamat, 1984. – 218 s.
- Gol'ts G. A. Transport i rasselenie / G. A. Gol'ts – M.: Nauka, 1981. – 248 s.
- Kunitsya O. A. Znizhennya chasu ochikuvannya pasazhirami mis'kih marshrutnih transportnih zasobiv // diss. na zdobuttya naukovogo stupenya kand. tehn. nauk – Harkiv: HNAMG. – 2008. – 179 s.
- Vejtsman V. M. Razrabotka ratsional'nyh shem gorodskih avtobusnyh marshrutov: Avtoref. dis. kand. tehn. nauk. – M., 1987. – 20 s.
- Gorbachov P. F. Sovershenstvovanie shem marshrutov avtobusov v krupnejshih gorodah: Dis...kand. tehn. nauk. – Harkov: HADI, 1993. – 164 s.,
- Ufimtseva O.Yu. Mikroekonomika. Kurs lektsij: Pidruchnik. – Dnipropetrovs'k: PDABA, 2012. – 172 s.
- Sobolyeva O.P. Makroekonomika. Navchal'nyj posibnik – Harkiv: HIBS UBS NBU, 2013 – 158 s
- Dolya K.V. Organizatsiya ta upravlinnya mis'kimi pasazhirskimi transportnimi sistemami: avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. tehn. nauk: spets. 05.22.06 «Transportni sistemi» / Dolya K.V. – K., 2014. – 23 s.
- Tarasevich L.S., Grebennikov P.I., Leusskij A.I. Mikroekonomika: Uchebnik. – 4e izd., ispr. i dop. – M.: Yurajt Izdat, 2006. – 374 s. – (Universitety Rossii).
- [http://www.ukrstat.gov.ua/] – Pereglyanuto: 12.03.2015r.
- [http://index.minfin.com.ua/index/gdp/] – Pereglyanuto: 12.03.2015r.
- Kremer N.Sh., Putko B.A. Ekonometrika: Uchebnik dlya vuzov / Pod red. prof. N.Sh. Kremera. – M.: YuNITI-DANA, 2002. – 311 s.
- Magnus Ya.R., Katyshev P.K., Peresetskij A.A. Ekonometrika. Nachal'nyj kurs: Uchebnik. – M.: Delo, 2001. – 400 s.

Table 2

Initial data for the use of constructing functions of the relative change of volume of acquisition of new buses

№	$(VVP_2 - VVP_1) / VVP_2 (x_1)$	$(SZP_2 - SZP_1) / SZP_2 (x_2)$	$(KUR_2 - KUR_1) / KUR_2 (x_3)$	$(A_2 - A_1) / A_2 (x_3)$	$(A_{\text{нов2}} - A_{\text{нов1}}) / A_{\text{нов2}} (n_A)$
1	2	3	4	5	6
1	0,898	0,740	1,009	1,375	0,4
2	0,833	0,827	0,999	3,684	2,143
3	0,764	0,883	1,003	0,022	0,000
4	0,751	0,722	1,038	0,066	1,500
5	0,792	0,732	1,015	0,794	0,527
6	0,752	0,774	1,000	0,483	0,476
7	0,791	0,771	0,959	0,105	0,185
8	1,532	0,748	0,676	-0,284	-0,762
9	0,856	0,948	0,982	0,127	-0,029
10	0,830	0,851	0,996	1,857	7,971
11	0,921	0,740	0,997	-0,234	-0,577
12	0,965	1,000	1,000	-0,181	-0,434
13	0,000	0,000	0,000	-1,000	-1,000

УДК 330.101.54

Іванченко Г.Ф.

кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри інформаційних систем в економіці
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Семібраторова Я.Г.

аспірант кафедри інформаційних систем в економіці
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

СУТНІСТЬ ІСНУВАННЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

Статтю присвячено сутності визначення тіньової економіки (ТЕ) як соціально-економічного явища, поширення якого стає перешкодою на шляху виходу України на європейський рівень. Тому для аналізу наслідків і цілей даного явища на основі праці зарубіжних і вітчизняних авторів необхідно дослідити, що саме представляє собою ТЕ з точки зору всіх сфер економічної діяльності держави.

Ключові слова: тіньова економіка, визначення, суб'єкт господарювання, метод, контроль, економічні відносини, макрорівень, мікрорівень, виробництво, розподіл, споживання, конкуренція, влада.

Иванченко Г.Ф., Семібраторова Я.Г. СУТЬ СУЩЕСТВОВАНИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕТОДЫ ЕЁ ОЦЕНКИ

Статья посвящена сути определения теневой экономики (ТЭ) как социально-экономического явления, распространение которого становится препятствием на пути выхода Украины на европейский уровень. Поэтому для анализа последствий и целей данного явления на основе работ зарубежных и отечественных авторов необходимо исследовать, что именно представляет собой ТЭ с точки зрения всех сфер экономической деятельности государства.

Ключевые слова: теневая экономика, определение, предприятие, метод, контроль, экономические отношения, макроуровень, микроуровень, производство, распределение, потребление, конкуренция, власть.

Ivanchenko G.F., Semibratova Y.H. THE DEFINITION OF SHADOW ECONOMY AND METHODS OF ITS EVALUATION

The article is devoted to the definition of the shadow economy as a socio-economic phenomenon, which becomes an obstacle on a way of Ukraine to the European level. Therefore, for analyze the implications and goals of this phenomenon should be determine, what is shadow economy in terms of all spheres of economic activity of the state, based on works of foreign and domestic authors

Keywords: shadow economy, the definition of the enterprise method, control, economic relations, macro, micro level, the production, distribution, consumption, competition, government.

Постановка проблеми. Дослідження ТЕ потребує наукових концепцій, що пояснювали б причини її виникнення, розвитку і соціально-економічних наслідків. Єдність дослідників ТЕ передбачає потребу наукового обґрунтування причин виникнення та умов її існування, сутності, структури, методів оцінювання з метою обмеження негативного впливу шляхом її детінізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тіньову економіку вивчали Е. Фейг, А. Блейдс, Б. Фрей і Х. Век-Ханнеман, Д. Гершуні, К. Бадельт, Л. Норман, А. Діллот і К. Морріс, М. О'Хиггінс та ін. В Україні про ТЕ писали О. Турчинов, В. Бородюк, Т. Приходько, Є. Воробйов, Б. Тимченко, А. Голіков, В. Попович та ін.

У нашій країні на відміну від Заходу інститути неформальних, тіньових форм діяльності також активно вивчають, як і інститути легальної економіки. Це обумовлено тим, що вітчизняна господарська культура (і радянська, і пострадянська) менш законотворча і більш «мафіозна», ніж західна.

А. Шевяков та М. Ніколаєва найбільш повним уважають поняття, визначене Е. Фейгом: «Тіньова економіка включає всю економічну діяльність, яка з яких-небудь причин не враховується офіційною статистикою і не потрапляє до валового національного продукту».

Прихильниками правового підходу до визначення ТЕ можна назвати А. Яковлева, Т. Корягін, О. Ісправнікова, В. Кулікова, серед вітчизняних учених – В. Поповича, А. Барановського.

Прихильниками морального підходу є психологи, соціологи, зокрема, І. Клямкін, Л. Тимофеев, С. Барсукова.

Мета статті полягає у дослідженні методів оцінки ТЕ та обґрунтуванні причин виникнення та умов її існування, сутності, структури за допомогою формулювань зарубіжних та вітчизняних авторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. До перших вітчизняних спроб визначення ТЕ належить дослідження О. Турчинова. Він пропонує досить містке визначення *тіньової економіки* – як економічної діяльності суб'єктів господарювання (фізичних і юридичних осіб), яка не враховується, не контролюється і не оподатковується офіційними державними органами та спрямована на одержання доходу шляхом порушення чинного законодавства [1, с. 199].

Тіньова економіка – це складне соціально-економічне явище, що представлене сукупністю неконтрольованих і нерегульованих як протиправних, так і законних, але аморальних, економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності щодо отримання надприбутку за рахунок приховування доходів і ухилення від сплати податків.

Щодо аморальності економічних відносин у визначенні ТЕ необхідно використати філософію господарства Ю. Осипова [2, с. 656], який розглядає філософію господарства як більш об'ємне явище, ніж сама економіка, і зазначає, що економіка не може вимірюватися лише ефективністю та корисністю поза мораллю, оскільки людина не буває без моралі, у тому числі й в економіці. Сама економіка не може обійтися без моралі, без певних етичних принципів,

еталонного способу поведінки тощо. Інша справа, що мораль в економіці – дуальна, тобто вона має поєднувати непокєднуване (роби все, що не заборонено законом, роби ще більше, якщо зможеш обійти закон). На Заході стрімко розвивається особливий науковий напрям – етична економіка, і це не випадково: по-перше, етика в економіці є, по-друге, вона має стати в постіндустріальну епоху кращою.

Так само вважають і представники історичної школи політекономії – економічна наука має вивчати морально-етичні аспекти господарської діяльності, оскільки вони разом зі звичаями, традиціями постійно вдосконалюються, закріплюються і певною мірою генетично передаються майбутнім поколінням, завдяки чому проникають в економічну систему, посилюючи її гуманістичну спрямованість. Відомий німецький учений і підприємець К. Штайльманн вважає, що в сучасних умовах бізнес не може бути успішним, якщо він не ґрунтується на міцній моральній основі [3, с. 390].

Не випадково американський економіст Й. Шумпетер пояснював приченість капіталізму ерозією цінностей, що ґрунтується на приватній власності. Тому в сучасних умовах моральність економічних відносин має стати необхідною умовою для господарської діяльності.

Економічний підхід досліджує ТЕ на глобальному, макро-, мезо- та мікрорівнях. На *рівні глобальної економіки* розглядаються міжнародні тіньові відносини, що здійснюються на світовому ринку між наднаціональними утвореннями країн світу. На *макрорівні* ТЕ розглядається з погляду її впливу на структуру легальної економіки, виробництво, розподіл, перерозподіл і споживання виробленої продукції та послуг, зайнятість, інфляцію, економічне зростання та інші макроекономічні показники. На *мезорівні* аналізується вплив ТЕ на регіони й області країни. На *мікрорівні* вивчаються економічна поведінка і прийняття рішень суб'єктами ТЕ діяльності, досліджуються нелегальні ринки.

За визначенням А. Базилюк, ТЕ виникає тоді, коли дії владних та регулюючих структур держави, окремих людей або їх груп вступають у суперечності з об'єктивними економічними законами [4]. Дійсно, об'єктивні економічні закони за таких умов починають діяти «в тіні», тобто без регулюючої ролі держави. Т. Ламанова вважає, що ТЕ – це сукупність відносин між окремими індивідами, групами індивідів, індивідами та інституційними одиницями, окремими інституційними одиницями щодо виробництва, розподілу, перерозподілу, обміну та споживання матеріальних благ і послуг, результати яких з тих чи інших причин не враховує офіційна статистика й обсяг яких не враховується у макроекономічних показниках [5, с. 22–26]. Це визначення розпливчате і подібне до визначення Е. Фейга.

В. Засанський визначає ТЕ як сферу діяльності, що пов'язана з відносинами між людьми в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання на основі соціального протистояння головних макроуправлінських механізмів і їх функціонуванням поза управлінським контролем та обліком, з ухиленням від оподаткування доходів [6, с. 35]. Це визначення ближче до економічного, але воно є одностороннім, оскільки трактується лише з управлінських позицій.

А. Копистира трактує ТЕ як економічну діяльність, яка не враховується офіційною статистикою, звітністю і не оподатковується (неформальна складова ТЕ), шкодить довгостроковим макроекономічним параметрам розвитку суспільства заради задово-

лення короткострокових потреб тих, хто її здійснює [7, 25 с.]. Але вважаємо, що й прихована складова ТЕ має враховуватися офіційною статистикою та оподатковуватися.

А. Блейдс ділить ТЕ на:

1. виробництво повністю легальної продукції, яке ховається від влади у зв'язку з небажанням платити податки;

2. виробництво заборонених товарів і надання заборонених послуг;

3. приховані доходи в натуральній формі.

Згідно з версією системи національних рахунків, рекомендованою ООН і Євростатом [8], до ТЕ відносяться економіка:

1. «прихована» – дозволена законом, але не показується;

2. «неформальна» – діяльність підприємств, що функціонують на законних підставах, що належать домогосподарствам і забезпечують діяльність цих господарств;

3. «нелегальна» – незаконне виробництво і збут послуг.

Отже, потрібно зазначити, що зарубіжні та вітчизняні науковці мають певні відмінності щодо підходів до визначення ТЕ. Так, зарубіжні дослідники надають перевагу так званому *операційному визначенню*, для якого характерне трактування ТЕ через види тіньової діяльності та дії щодо її виміру.

Вітчизняні фахівці застосовують *теоретичний підхід*, згідно з яким ТЕ – економічна категорія, що відображає складну систему соціально-економічних відносин у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ і послуг.

Отже, більшість визначень ТЕ досить обґрунтовані, ураховують специфічні особливості окремих економічних та соціальних систем, не суперечать одне одному і часто відображають лише окремі сторони об'єкта, що вивчається.

Методи статистичної оцінки ТЕ дають можливість вибору конкретних підходів, інструментів і способів числення показників, що відображають різні аспекти ТЕ. У даний час не існує стандартних, універсальних підходів, які могли б забезпечити успіх подібного розрахунку в будь-якій економіці. Звичайно, отримання прямої і стовідсоткової статистичної достовірності оцінки масштабів ТЕ неможливе. Результат у великій мірі залежить від кваліфікації експертів, що дають оцінку, і можливостей отримання додаткової інформації, які вони мають в своєму розпорядженні. Самі дослідники, що визначають параметри ТЕ, часто розглядають їх як індикативні, такі, що дають тільки найзагальніше уявлення про явище.

Це пояснюється, по-перше, специфікою ТЕ, яка за визначенням ховається від обліку, контролю і реєстрації, тобто від спостереження, по-друге, імовірнісним характером більшості методів, вживаних для розрахунків.

Є кілька підходів до визначення ТЕ.

Правовий. До критеріїв правового підходу належать:

1) ухилення від офіційної реєстрації, а отже, від державного контролю економічної діяльності;

2) протиправний характер діяльності.

Правовий підхід потрібен у визначенні ТЕ, проте є другорядним, оскільки не правове поле визначає суспільне життя, а навпаки, – суспільство, розвиваючись, створює норми і правила, за якими приймаються юридичні закони, що забезпечують нормальне існування суспільства. Юридичні закони мають змінюватися перманентно, відповідно до вимог житте-

діяльності суспільства з урахуванням змін економічних реалій.

Тіньова економіка – це протиправна економічна діяльність, яка суперечить чинному законодавству, тобто сукупність нелегальних господарських дій, спрямованих на підтримку кримінальних дій, або економічна діяльність, яка здійснюється на протигау чинному законодавству [9]. Правова концепція ТЕ і сьогодні активно використовується науковцями. Вона увійшла до низки підручників, навчальних посібників і досліджень прикладного характеру.

Мотиваційний підхід стосується не наслідків, а цілей, заради яких здійснюється та чи інша діяльність. Мета тіньової економічної діяльності – отримати надприбутки, тому вона не може культивувати в людини лише пороки. Мета підприємця полягає також в отриманні прибутку, але якщо аналізувати механізми досягнення цілей, то можна порушити питання про культивування пороків, якщо людина хоче отримати прибуток за рахунок приховування доходів.

Тіньова економіка – усі види діяльності, що спрямовані на формування та задоволення потреб, які культивують у людини різні пороки.

Моральний. *Тіньова економіка* – економічна діяльність, яка порушує загальноприйняті моральні норми.

Відповідно до того, що ТЕ з початку розвитку суспільства мала назву «недобросовісної», що здійснювалася внаслідок порушень релігійних заборон і обмежень, цей підхід є актуальним і сьогодні, але, на нашу думку, доцільніше використовувати назву «морально-етичний».

Велика частина ТЕ формується на основі правових порушень, але вони існують поряд із моральними нормами. Крім того, є й аморальні дії економічних суб'єктів, до яких можна віднести:

- навмисне використання «білих» плям у законодавстві (фінансові махінації, екологічні збитки тощо);
- одержання вигоди від систематичного невиконання домовленостей;
- недобросовісна конкуренція;
- непорядні відносини між бізнесом і владою.

Отже, правовий підхід має бути доповнений морально-етичним. Саме законодавство має своїм підґрунтям морально-етичні норми, але, як уже зазначалося, деякі закони можуть прийматися під тиском лобі зацікавлених осіб.

Статистичний підхід сформувався першим серед зазначених. Це пояснюється тим, що першими науковцями, які звернули увагу на існування «неформальної економіки», були американські економісти-статистики П. Гутманн і Е. Фейг. Статистичний підхід є найбільш розвиненим і послідовним і ґрунтується на методології Системи національних рахунків (СНР) ООН. Його переваги в тому, що він може використовуватися з метою вияву виробничих секторів ТЕ, оцінки масштабів та їх обліку для розроблення економічної політики держави. Разом з тим цей підхід має певні недоліки. Важливою проблемою є відсутність або недосконалість інформаційної бази статистичних оцінок.

Тіньова економіка – усі види економічної діяльності, які офіційно не враховані, не відображені в офіційній статистиці (тобто це економіка, прихована від статистичного обліку) [10, с. 576].

Статистичний облік є вторинним явищем, як і правовий підхід. До недоліків цього підходу належать: недостатнє розкриття сутності ТЕ, оскільки аналізуються лише реально здійснювані в економіці процеси. Але без урахування статистичного підходу неможливий комплексний підхід до наукового дослідження явища, а з урахуванням цього підходу

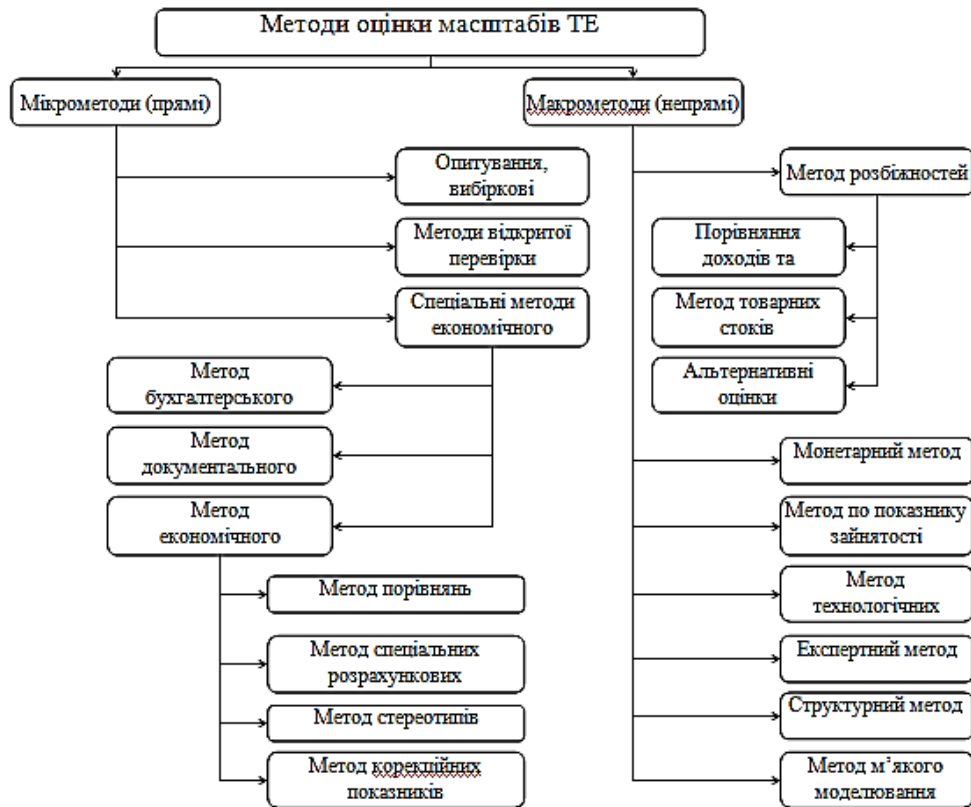


Рис. 1. Класифікація методів оцінки масштабів ТЕ

некримінальну ТЕ зазвичай називають «неформальною». До неї належать легальні види економічної діяльності, які з метою мінімізації витрат виробництва товарів і послуг офіційно не показуються або приховуються певні обсяги реалізованої продукції, щоб зменшити одержані доходи з метою ухилення від оподаткування. Отже, йдеться про легальну, не заборонену чинним законодавством економічну діяльність, яка здійснюється без використання формальних правил господарського життя. Кримінальна економічна діяльність повністю вилучена з офіційного економічного життя, оскільки вважається несумісною з ним, руйнує його, адже пов'язана з порушенням чинного законодавства.

Соціологічний підхід розглядає ТЕ як взаємодію соціальних груп, що розрізняються становищем у системі тіншових інституцій та мотивами економічної поведінки суб'єктів у різних ситуаціях.

Економічний підхід досліджує ТЕ в інституційному аспекті. Особливістю цього підходу є дослідження впливу ТЕ на ефективність економічної політики, розподіл і використання економічних ресурсів, а також розроблення методів її оцінки.

Інституційний підхід розглядає ТЕ як економічні відносини, що складаються в суспільстві на протигагу законам, правовим нормам, формальним правилам господарського життя; це всі види економічної діяльності, що не відображені в офіційній статистиці. У центрі цього підходу – соціально-економічні інститути, тобто система формальних і неформальних правил поведінки, механізми санкцій та закономірності їхнього розвитку.

За останні роки у світовій практиці відбувся помітний розвиток методів оцінки ТЕ (рис. 1). Більшість методів можна розділити на прямі і непрямі.

Прямі методи економічного аналізу дозволяють одержати детальну і високоякісну інформацію і базуються на різному роду обстеженнях (домашніх господарств, робочої сили і т.д.) і результатах податкового аудиту.

Вибіркові обстеження широко застосовуються для вимірювання масштабів як ТЕ в цілому, так і її окремих складових. Результати подібних обстежень залежать від того, як сформульовані питання. Ретельно продумані питання дозволяють подолати бажання людей приховати свою участь у тіншових економічних процесах.

Використання цього методу оцінки ТЕ вимагає великого штату підготовлених фахівців і великих витрат. При цьому об'єм і якість збираної інформації безпосередньо залежать від готовності респондентів давати правдиві відповіді, відносно осіб, зайнятих в ТЕ.

Результати податкового аудиту (звичайно, примусового), що проводиться спеціально створюваними для цього організаціями, теж можуть бути використані для визначення масштабів тіншового сектора. У ході дослідження виявляється різниця між доходами, що оцінюються за допомогою вибіркового перевірок, і тим доходом, з якого сплачувалися податки. Чим вище страх перед санкціями, вживаними у разі помилкових відповідей, тим більше достовірність одержуваних результатів.

Дані, що збираються різними державними органами (податковою службою, поліцією, муніципалітетом та ін.), на запити яких усі суб'єкти зобов'язані давати відповіді, також використовуються для оцінки об'ємів неререєстрованого виробництва.

Непрямі методи є методами непрямих оцінок спостереженої економіки або окремих її компонентів, заснованими на інформації про окремі факти і

явища або на порівняльному аналізі даних, одержаних з різних джерел.

Балансові методи найбільш поширені при визначенні параметрів прихованої і неформальної економічної діяльності і засновані на зіставленні ряду взаємозв'язаних показників – доходів і витрат, ресурсів і використання.

Метод розбіжностей, що відноситься до балансових методів, заснований на порівнянні джерел даних і статистичних документів. Методом розбіжностей можна розрахувати тіншовий товарообіг, що відображає реалізацію товарів і послуг на неорганізованому ринку некорпоративними підприємствами і приватними особами.

Метод, що допускає незалежне вимірювання доходів і витрат на рівні спеціального обстеження домашніх господарств, досить трудомісткий і викриває недоліки методу розбіжностей. Проте він може дати додаткову інформацію про сектори більше інших залучених у тіншову діяльність.

Останніми роками найчастіше досліджується динаміка енергоспоживання. Переваги даного методу полягають у простоті вимірювання споживання даного ресурсу, стабільності співвідношення між об'ємом споживаного ресурсу і об'ємом виробництва і в упевненості, що тіншовий сектор не може приховати споживання електроенергії.

Фахівцями Міжнародного валютного фонду були виконані розрахунки темпів реального зростання економіки на основі показника споживання електроенергії для Китаю, країн Центральної і Східної Європи. Проте їх не можна визнати абсолютно коректними з ряду причин.

По-перше, у всіх досліджених країнах велика частка споживання електроенергії населенням для побутових потреб. По-друге, ціни на електроенергію у ряді країн все ще регулюються місцевою адміністрацією, унаслідок чого населення економить електроенергію в останню чергу або не економить зовсім. По-третє, в економіці цих країн існує багато безперервних виробництв, які витрачають електроенергію, навіть якщо працюють із зниженим навантаженням. По-четверте, дуже швидко міняється структура виробництва і разом з нею його питома енергоємність.

Ознакою високої статистичної культури у світі вважається розвиток методу товарних потоків, заснованого на балансовому підході. Суть його полягає в тому, що товарний потік, тобто рух вартості від виробництва до використання, будується не для макропоказників, а для окремих найважливіших продуктів або товарних груп. Метод застосовується не тільки для побудови специфічної балансової моделі, скільки для виявлення слабких місць в інформаційній базі. Наприклад, якщо по якомусь товару сумарні ресурси (виробництво та імпорт) менше сумарного використання ресурсів (кінцеве і проміжне споживання, накопичення і експорт), належить вирішити, яка частина інформації (дані по виробництву або по імпорту) надійніша, і долічити іншу частину. Принцип методу дуже простий, але його втілення в життя залишається складним. Широке впровадження методу товарних потоків означає, що балансовий метод повинен застосовуватися вже на рівні галузевої статистики. Це різко підвищило б достовірність розрахунків і в усякому разі дозволило б чітко визначити слабкі місця в інформаційній базі.

Ще одна група непрямих методів пов'язана з вимірюванням тіншової зайнятості на ринку праці, у першу чергу з виявленням різниці між офіційним

рівнем зайнятості і рівнем зайнятості, розрахованим альтернативними методами. Різниця між даними про офіційну зайнятість і даними, розрахованими альтернативним шляхом (або вищим рівнем зайнятості в попередній період, або рівнем зайнятості в країнах, які по багатьох параметрах вважаються аналогічними даній), дозволяє оцінити масштаби тіньової зайнятості в даній країні.

Хоча цей метод є інформативним, його використання пов'язане із серйозними труднощами. По-перше, сумнівна початкова гіпотеза, оскільки на рівень зайнятості в країні впливає безліч чинників, і сам він може коливатися з часом. Тільки після усунення дії всіх інших чинників «залишок» може слугувати індикатором ТЕ. По-друге, значні розбіжності в трактуванні поняття «зайнятий» у різних країнах, а також у кожній країні на різних етапах розвитку. По-третє, при розрахунку рівня зайнятості нерідко використовується різна тимчасова база (тиждень, місяць, рік, передуючі обстеження). По-четверте, метод «не працює» при обліку осіб, зайнятих за сумісництвом у різних місцях, якщо тільки не проводиться спеціальне додаткове обстеження. По-п'яте, використання результатів аналізу тіньової зайнятості для оцінки масштабів реального ВВП вимагає визначення середньої продуктивності праці робітника, зайнятого в ТЕ.

Деякі непрямі методи включають монетарні підходи, використання яких дозволяє відновлювати розміри ТЕ по слідах, які вона залишає у сфері грошового звернення.

Монетарний метод ґрунтується на тому, що розрахункові операції між економічними суб'єктами попередженої економіки проводяться, як правило, готівкою, а в офіційній економіці – в основному через банківські рахунки. Тому для оцінки змін, що відбуваються в спостереженій економіці, може бути використано співвідношення збільшення об'єму грошей, що знаходяться в обігу, і загального об'єму короткострокових внесків економічних одиниць на банківських рахунках.

Цей підхід піддається широкій критиці в першу чергу за «надмірно сміливі» гіпотези, пов'язані з припущенням, що для операцій учасники ТЕ використовують тільки готівку. Проте використання готівки при тіньових операціях залишає сліди в грошовій сфері: попит на банкноти більший, ніж слід було б чекати за відсутності ТЕ. Цей «надмірний» попит може слугувати індикатором її масштабів.

Перераховані методи є основними, проте ними не вичерпуються спроби визначення деяких параметрів ТЕ. Так, фахівці Міжнародного фонду економічних і соціальних реформ розробили власний синтетичний метод.

Певні перспективи має ідея дослідження динаміки тіньових процесів в економіці методами імітаційного моделювання. Формулюючи завдання дослідження як ретроспективний прогноз, можна підібрати значення показників ТЕ так, щоб відтворена на комп'ютері модельна динаміка відповідала достовірній інформа-

ції. Співвідношення моделі при цьому повинні враховувати процеси виробництва, обміну, розподілу і споживання з урахуванням нелегального виробництва і перерозподілу кримінальних процесів.

Але імітаційні моделі мають і значні недоліки. По-перше, вони можуть бути побудовані тільки на основі великих об'ємів інформації і моделях нижчого рівня, наприклад, на основі міжгалузевого балансу. На разі такі моделі відсутні, а первинна інформація неповна і погано пов'язана. По-друге, усі формальні імітаційні моделі засновані на гіпотезі, що виявлені співвідношення і залежності залишаються такими впродовж певного часу. Із наведеного виходить, що подібні моделі перестають працювати в екстремальних точках розвитку економіки, коли співвідношення і залежності швидко міняються.

Висновки. Усі розглянуті визначення ТЕ свідчать про послідовні процеси пізнання ТЕ та розкривають особливості цього соціально-економічного явища.

Не заперечуючи важливий внесок окремо правового, мотиваційного, морально-етичного, статистичного, соціологічного, економічного та інституційного підходів у розгляді ТЕ, необхідно використовувати комплексну методологію, яка об'єднує всі особливості зазначених підходів, а також розглядає вплив держави на тіньову економіку з метою регулювання процесів контролю її масштабів та надасть можливість розкрити об'єктивний характер ТЕ і вплив громадянського суспільства з метою її детінізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Турчинов О.В. Тіньова економіка: закономірності, механізми функціонування, методи оцінки / О.В. Турчинов. – К., 1996. – 199 с.
2. Осипов Ю.М. Время философии хозяйства: в 3 кн. с прилож. / Ю.М. Осипов. – М.: Экономист, 2003. – 656 с.
3. Штайльманн К. Новая философия бизнеса. Т. II. Риски и успех предпринимательства в постсоциалистическом обществе / К. Штайльманн. – М., 1998. – 390 с.
4. Базиліук А.В., Волик В.Ф. Що таке тіньова економіка, причини виникнення та умови розвитку / А.В. Базиліук, В.Ф. Волик // Профспілки України. – 1997. – № 2.
5. Ламанова Т. Тіньова економіка – визначення, структура, методи оцінки / Т. Ламанова // Економіка, фінанси, право. – 2000. – № 3. – С. 22–26.
6. Засанський В.В. Механізми управління детінізацією економіки України у трансформаційний період: дис. ... д.е.н.: спец. 08.02.03 / В.В. Засанський. – К., 2004.
7. Копистира А.М. Причини виникнення та характерні ознаки тіньових економічних відносин у країнах колишнього СРСР / А.М. Копистира // Вісник Київського університету. Серія «Міжнародні відносини». – К.: Київський університет. – 2001. – Вип. 18. – 25 с.
8. System of National Accounts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/sna1993.asp>.
9. Корягіна Т.І. Тіньова економіка в СРСР / Т.І. Корягіна // Економічні науки. – 1990. – № 5.
10. Шохін А.А. Тіньова економіка: міфи і реальність / А.А. Шохін // Економіка і життя. – 1990. – № 33.
11. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації / За ред. З.С. Варналія. – К.: НІСД, 2006. – 576 с.

Наукове періодичне видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 16

Частина 1

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 18,6
Замов. № 27/16. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.