

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

**ПРИЧОРНОМОРСЬКІ
ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ**

Науковий журнал

Випуск 24



**Одеса
2017**

Головний редактор:

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор

Заступник головного редактора:

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор

Відповідальний секретар:

Логвиновський Є.І. – кандидат економічних наук, доцент

Члени редакційної колегії:

Грозний І.С. – доктор економічних наук, професор

Гулей А.І. – доктор економічних наук

Іртищева І.О. – доктор економічних наук, професор

Коваль В.В. – доктор економічних наук, доцент

Манойленко О.В. – доктор економічних наук, професор

Мельничук Д.П. – доктор економічних наук, доцент

Миронова Л.Г. – доктор економічних наук

Сафонов Ю.М. – доктор економічних наук, професор

Ситнік І.В. – доктор економічних наук, професор

Стройко Т.В. – доктор економічних наук, професор

Хрущ Н.А. – доктор економічних наук, професор

Римантас Сташис – PhD, професор економіки

Юліана Драгалін – PhD, професор економіки

Януш Велькі – доктор економіки габілітований, професор

Ян Жуковський – PhD, професор економіки

Електронна сторінка видання – www.bses.in.ua

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»

включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук на підставі Наказу МОН України від 16 травня 2016 року № 515.

Науковий журнал індексується у наукометричній базі **Index Copernicus**.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій (протокол № 13 від 29.12.2017 року).**

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії» зареєстровано
Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія KB № 21934-11834P від 23.03.2016 року)

ISSN (Print): 2524-0897

ISSN (Online): 2524-0900

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2017

ЗМІСТ

**РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**

Альошин С.Ю. ГЕНЕЗИС ТЕОРІЙ ОПОДАТКУВАННЯ.....	6
Гріненко А.Ю. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЗАГРОЗ.....	12

**РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

Білик Р.С. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇН СВІТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....	18
Васюк Є.А. ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФЕРТНОЇ ПОЛІТИКИ ТНК.....	25
Марущак Н.В. ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ.....	30
Полоус О.В., Пунагін Я.М. ІННОВАЦІЇ В РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	36

**РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

Коба В.Г., Пахота Н.В. ДОСВІД ЄС У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ВОДОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНІВ ТА КУЛЬТУРИ ПОВОДЖЕННЯ З ВОДНИМИ РЕСУРСАМИ.....	42
Мардус Н.Ю. ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ.....	46
Маркіна І.А., Прилипко І.О., Свириденко С.І. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	50
Марчишин Н.Я. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ПОГЛЯД І ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ.....	54
Михайлова О.С., Островерхий В.В., Скрипник Р.А. ОРГАНІЗАЦІЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	61
Мороз С.В. ЗАБОРГОВАНІСТЬ УКРАЇНИ ЯК ЗАГРОЗА НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ.....	65
Носирев О.О. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ	71
Паславська В.В., Квасній З.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИБНОЇ ГАЛУЗІ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	76
Потапюк І.П., Івченко М.В., Склярук Р.В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	81
Сержанов В.В. ЗАХОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	85
Царик І.М. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	89

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Богоявленська Ю.В., Суходольська А.С., Ліханова В.О.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ГРУПОВОЇ ДИНАМІКИ
ТА КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ..... **94**

Шереметинська О.В., Варфоломєєва Ю.Р.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ..... **97**

Гакова М.В.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ПЕРСОНАЛУ
ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА..... **101**

Герасимов О.К.
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ФІНАНСОВИМ НАПРЯМОМ..... **106**

Гончар М.Ф.
КРИТИЧНІ НЕБАЖАНІ ВІДХИЛЕННЯ У СИСТЕМІ СТРЕС-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ..... **110**

Дуга В.О.
ФАКТОР СІМ'Ї В РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ..... **115**

Зеркаль А.В.
МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ СВІДОМОСТІ
ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА..... **122**

Крайнюченко О.Ф., Капінус Л.В., Цлапак Ю.С.
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ..... **126**

Кривицька Н.Ю., Командровська В.Є., Андрущенко В.В.
ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ВИЗНАЧЕННЯ, ВИДИ ТА НАПРЯМИ..... **131**

Масалигіна В.В., Журавель К.В.
АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ
НЕРУХОМОГО МАЙНА..... **135**

Нам'ясенко В.М.
ГІБРИДНИЙ АВС-МЕТОД ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДУКЦІЇ..... **140**

Писаренко С.В., Калашник О.В., Ганненко В.В.
ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ..... **145**

Телішевська О.Б., Жежуха В.Й., Овчарук В.В.
ЛОГІСТИЧНО-ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ:
ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА РЕІНЖИНІРИНГУ..... **149**

Тимохова Г.Б., Місюченко А.А.
ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МЕТОДУ ОЦІНКИ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА..... **153**

Товма О.А.
ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЇЇ РОЗВИТКУ **158**

Ушенко Н.В., Піддубна І.О.
ІНТЕГРУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
У СТРАТЕГІЮ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-СТРУКТУРОЮ **162**

Чернецька О.В.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ
НА ПІДПРИЄМСТВІ **168**

Шостаковська А.В.
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ РОЗВИТКУ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА..... **173**

Яровий В.Ф.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ
СТРАТЕГІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... **178**

**РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

Зінченко О.А.
ІНСТИТУЦІЙНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ..... **182**

Михальчишин Н.Л., Хім М.К. ПРОФЕСІЙНИЙ І ОСОБИСТІСНИЙ РОЗВИТОК (ПРОФЕСІОНАЛІЗМ) ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	188
Тульчинський Р.В. СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО РЕГІОНАЛІЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	192
РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Дубовіч І.А., Лесюк Г.М. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛІСОВИМ ГОСПОДАРСТВОМ УКРАЇНИ.....	196
Чичкалюк Т.О., Волчецький Р.В. РЕКРЕАЦІЙНА ОСВІТА ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	203
РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Зуб М.Я., Крупініна К.П. ІНКЛЮЗИВНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРАЦІ ТА ЇХ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ.....	207
Смутчак З.В. МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ УРЕГУЛЮВАННЯ ЗА УМОВ ЖОРСТКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	212
РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Гриджук Д.М. МОДЕЛЬ БАЛАНСУ БАНКУ У ВИГЛЯДІ МАКРОБАЛАНСОВИХ СТАТЕЙ АКТИВІВ ТА ПАСИВІВ.....	216
Завадська Д.В. ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ КЛАСТЕРОФОРМУВАННЯ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ КЛАСТЕРУ.....	222
Зеркаль А.В. ВПЛИВ БЕНЧМАРКІНГУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ.....	228
Кучер Г.В. ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ.....	232
Обравит В.І. СТРУКТУРНІ ДИСБАЛАНСИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ З ПОГЛЯДУ ЙОГО ОБ'ЄКТІВ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	239
РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Дмитренко І.М., Пригода О.О. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ВИПЛАТ ПРАЦІВНИКАМ У РАЗІ ЇХ СКОРОЧЕННЯ.....	243
Мощенський С.Г. ТАКСОНОМІЯ АКТИВУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ ДЛЯ ЕКСПРЕС-АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ.....	249
Слободян Н.Г., Бугакова А.А. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	255
Фатенок-Ткачук А.О., Бурачок І.В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ.....	260
Малахівська Г.В. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ АВІАКОМПАНІЙ.....	265
Смерічевська С.В. СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СУЧАСНА УПРАВЛІНСЬКА КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....	270
Тульчинський Р.В. СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО РЕГІОНАЛІЗМУ В УКРАЇНІ.....	274
НОВИЙ ВИД НАУКОВИХ ПОСЛУГ.....	278

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

ГЕНЕЗИС ТЕОРІЙ ОПОДАТКУВАННЯ

THE GENESIS OF THEORY OF TAXATION

У статті здійснено ретроспективний аналіз основних положень і напрацювань світової економічної думки про оподаткування. Метою дослідження є визначення теоретичного базису задля надання рекомендацій щодо реформування податкової системи України. Реформування податкового механізму нашої держави в контексті необхідності стимулювання відбудови національної економіки є нагальною потребою сьогодення.

Ключові слова: податок, теорія оподаткування, ретроспективний аналіз, податкова система, еволюція, держава, концепція.

В статье осуществлен ретроспективный анализ основных положений и наработок мировой экономической мысли о налогообложении. Целью исследования является определение теоретического базиса для предоставления рекомендаций по реформированию налоговой системы Украины.

Реформирование налогового механизма нашего государства в контексте необходимости стимулирования восстановления национальной экономики является насущной потребностью сегодняшнего дня.

Ключевые слова: налог, теория налогообложения, ретроспективный анализ, налоговая система, эволюция, государство, концепция.

The article provides a retrospective analysis of the main provisions and developments of the world economic thought on taxation issues. The purpose of the study is to determine the theoretical basis for providing recommendations on reforming the tax system of Ukraine. Reforming the tax mechanism of our state in the context of the need to stimulate the restoration of the national economy is an urgent need of the present.

Key words: tax, theory of taxation, retrospective analysis, tax system, evolution, state, concept.

УДК 336.2:336.012.23

Альошин С.Ю.

к. е. н.,
старший викладач кафедри
економічного аналізу та обліку
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Постановка проблеми. В сучасних умовах в Україні відбувається досить складний процес реформування структурної організації та основ функціонування податкової системи, її оптимізації і пристосування до соціально-економічних реалій з метою виконання завдань держави у сфері фіскальної політики. Потреба пошуку адекватних ринковим умовам засад організації фіскально-економічних відносин, оптимізації рівня податкового навантаження на економіку, підвищення дієвості податкового механізму зумовлює необхідність вивчення досвіду інших, більш розвинутих країн в історичній ретроспективі, порівняння з напрацюваннями вітчизняної економічної думки з метою формування відповідного теоретичного базису для проведення реформ. Усе це підкреслює актуальність вибраної теми наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Об'єктивне висвітлення будь-якої проблеми неможливе без вивчення напрацювань попередників. Огляд навчальної та наукової літератури щодо еволюції теорій оподаткування засвідчив неабиякий науковий інтерес до цієї проблематики. Значна увага приділяється цьому напряму досліджень у роботах таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як, зокрема, В. Андрущенко, І. Благун, Л. Демиденко, А. Крисоватий, П. Мельник, О. Фрадинськиц. Вивчення праць згаданих науковців, а також фундаторів наукових теорій державних фінансів свідчить про те, що автори досить ґрун-

товно та системно підходять до визначення ролі податків у фінансовому механізмі держави. Однак необхідність стимулювання відбудови національної економіки вимагає подальшого реформування податкової системи України, що потребує подальшого напрацювання теоретичних основ щодо розбудови податкового механізму держави.

Постановка завдання. Метою наукового дослідження є ретроспективний аналіз і теоретична концептуалізація основних положень і напрацювань щодо оподаткування світової економічної думки в контексті визначення теоретичного базису для реформування податкової системи нашої держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом під терміном «теорія оподаткування» науковці [1, с. 17] розуміють певну систему наукових поглядів, у яких відображаються сутність податків та оподаткування, їх еволюція, роль та значення у системі економічного, соціального та політичного розвитку суспільства. Загалом наведене визначення є загальноприйнятним.

Теорія оподаткування має багатовікову історію. Як слушно зазначає І. Благун [2, с. 10], стрижневим моментом її розвитку є обов'язкова орієнтація на фундаментальну податкову концепцію, яка може коригуватися залежно від завдань, що стоять перед державою в той чи інший історичний період. Вона має включати модель впливу економічних ефектів оподаткування на результати господарю-

вання, обсяг, характер і напрям інвестицій, сукупного попиту та особистого споживання, галузеву та територіальну структуру економіки. Динаміку змін фіскально-економічних відносин дуже добре ілюструє ретроспективний аналіз характеристик досліджуваних податкових систем на різних етапах соціально-економічного розвитку суспільства. Зокрема, перші згадки про податки з'являються в роботах мислителів Близького Сходу та Єгипетських манускриптах. Ранньоісторичний період близькосхідних держав характеризується догматичним сприйняттям навколишнього світу. Пануючі тоді уявлення про те, що Богу належить усе на землі, давали підстави правителям та жерцям накладати повинності за власним розсудом. А у П'ятикнижжі Мойсея було визначено, що Богу належить десятина, що й стало фінансовою основою Християнської церкви.

Давньогрецькі міста-держави, Стародавній Рим мали більш розвинені демократичні інститути, оскільки передбачали колегіальність управлінського процесу. Тоді стягування податків мало винятково прагматичний характер. Державна казна формувалася за рахунок казенних промислів, надходжень від орендної плати тощо. При цьому кількість податків та обсяг їх надходжень визначалися розміром державних витрат, насамперед пов'язаних з веденням військових дій. Законірно, що у військовий період фіскальний тягар істотно посилювався.

Феодална Європа до XV століття мало що нового внесла в теорію походження податків. Деякі питання оподаткування спробував висвітлити Фома Аквінський у XIII столітті. Однак його висновки стосовно податків зводилися до того, що вони є лише засобом покриття надзвичайних витрат, а головним джерелом доходів мають бути домени [3, с. 90]. Тобто фактично на той час ще не було спроб надати науково-теоретичне обґрунтування податкового механізму та необхідності сплати податків.

Активізація наукового інтересу до питань оподаткування відбулась в епоху первісного нагромадження капіталу завдяки італійським меркантилістам, таким як Н. Маккіавеллі, Ф. Гвічардіні, Дж. Ботеро. І. Озеров у своїй роботі [4, с. 72] дає вичерпну характеристику діяльності цих вчених: «Маккіавеллі рекомендує загальномайновий податок з кадастром; Гвічардіні виступає прибічником прогресивного оподаткування; Ботеро вважає непрямі податки найпридатнішими для оподаткування доходів від промисловості та рухомості».

Подальший розвиток теорія оподаткування знаходить в роботах французького економіста Ж. Бодена. Науковець, зокрема, охарактеризував основні джерела доходів, такі як мито, котре утримується із ввезених до країни товарів, та домени, що є державним майном, що приносить дохід

(зокрема, земля, ліси, право на володіння приватною власністю, капітал, який належить уряду). Ж. Боден відстоював точку зору, що податки треба застосовувати лише в надзвичайних випадках, оскільки вони є небезпечним засобом народного невдоволення. До досягнень науковця, на нашу думку, слід віднести запропоновану класифікацію податків на доходно-майнові, тобто прямі, які безпосередньо утримуються у джерелах отримання доходу, а також податки на споживання, що встановлюються у вигляді надбавок до ціни товарів і послуг, а їх реальними носіями виступають споживачі таких товарів і послуг [5, с. 111–112], а також надані рекомендації щодо їх оптимізації.

Питання оптимізації оподаткування також знаходиться у фокусі наукових досліджень англійських економістів XVI – XVII століть, таких як Ф. Бекон, У. Петті, Т. Мен, Т. Гоббс, Д. Локк. Проте це питання розглядається ними в площині співвідношення між прямими та непрямими податками.

Значний внесок у розвиток концептуальних основ управління державними фінансами у XVII – XVIII століттях зробили німецькі фінансисти-камералісти. Серед представників цієї економічної течії варто згадати таких, як Д. фон Джусті, Л. фон Секендорф, Д. Бехер, Д. фон Зонненфельс. Вони вперше здійснили систематизований аналіз державного господарства, а державу розглядали як об'єкт планування, вважаючи планування основною функцією управління. У своїх працях камералісти намагалися переконати правлячі еліти тодішніх державних утворень на території Німеччини в тому, що під час мобілізації коштів у своє розпорядження доцільно керуватися не суб'єктивними намірами та потребами, а ідеєю збереження потенціалу довгострокового економічного зростання. Велике значення представники цієї економічної теорії надавали питанням ефективності адміністрування податків, проблемі актуальній донині. Так, обґрунтовуючи і відстоюючи ідею помірною оподаткування, камералісти стверджували, що зниження ставок з податків та надання пільг у перспективі можуть привести до зростання податкової бази і надходжень до бюджетів. Слід зауважити, що вони першими заклали основи участі населення у вирішенні питань фіскального характеру, започаткували демократичні засади у бюджетній системі [6, с. 93].

Наприкінці XVIII століття найпомітніший вплив на розвиток теорії оподаткування справляють погляди французьких фізіократів. До найбільш яскравих представників цієї наукової школи можна віднести французьких економістів Ф. Кене, О. Мірабо, А. Тюрго, які, ґрунтуючись на своєму вченні про чистий дохід, вважали, що теоретично всі наявні податки можна замінити одним податком на чистий продукт, а саме земельним. Цей податок є прямим, визначається на основі када-

стру і стягується тільки із землевласників у сумі 2/7 від земельного доходу, оскільки доходи усіх інших класів складаються з «необхідних» витрат виробництва. На думку фізіократів, так був реалізований принцип соціальної справедливості, оскільки обкладалися безпосередньо ті доходи, які були одержані єдиним продуктивним класом у суспільстві. Переконавання школи фізіократів можна звести до реалізації трьох основних принципів оподаткування: 1) воно має бути ґрунтоване безпосередньо на самому джерелі доходів; 2) воно повинне бути у відомому постійному співвідношенні з цими доходами; 3) воно не повинне бути занадто обтяжене витратами стягування. Ця теорія є передвісником теорії перекладання податків, теорії єдиного податку, а також співзвучна теорії пропорційного оподаткування [7, с. 70].

Вагомим кроком у дослідженні податкових фінансів стало зародження класичної політичної економії, завдяки якій було започатковане вивчення основних принципів побудови податків та податкової системи. Основоположником цієї науки можна вважати англійського економіста А. Сміта, який у роботі «Дослідження про природу та причини багатства народів» визначив вихідні засади формування податкової політики в ринковому середовищі:

- податки повинні бути чітко визначеними, а не довільними (означає встановлення строків сплати, способів платежу, сум податків, зрозумілих для платника та всіх інших осіб);

- всі громадяни повинні брати участь в утриманні уряду пропорційно своїм доходам, які вони одержують під захистом та опікою держави (тобто визначається принцип рівності оподаткування);

- податки повинні утримуватися тоді та так, щоб це було вчасно та зручно для платника;

- кожен податок має бути розроблений так, щоб якомога менше вилучати грошей у платників понад того доходу, який він приносить у скарбницю, тобто забезпечити дешевизну справляння податків [8, с. 588–589].

Актуальним положенням, обґрунтованим А. Смітом, є те, що до платників податків не варто застосовувати репресії, оскільки це може завдати шкоди розвитку промисловості, а держава втрачає вигоду, яку могла б мати від розширення бази оподаткування завдяки додатковим інвестиціям. Він наголошував на тому, що держава повинна створювати такі податкові умови для капіталу, щоб він не тікав із країни. Однак А. Сміт, дотримуючись теорії про непродуктивність державних послуг, все ж таки вважав податок справедливою ціною за сплату послуг державі.

Іншим представником англійської класичної політекономії, який завершив теорію податків, розроблену А. Смітом, був Д. Рікардо. Як і його попередник, науковець відстоював точку зору про

негативний вплив податків на розширене відтворення. На його думку, капітал слід максимально звільнити від оподаткування, оскільки податкове навантаження скорочує прибутки капіталістів, призводить до загального зростання рівня цін, що зумовлює негативні тенденції в розвитку економіки держави. Він категорично стверджував, що всі податки – зло, і вони мають лише негативну дію на всі сторони суспільного життя, оскільки зростання податків обов'язково призведе до падіння обсягів виробництва. І за таких умов головним завданням державної фінансової політики стає стимулювання накопичення та розширення виробництва [9, с. 82].

На рубежі XIX – XX століть сформувався та отримав розвиток новий напрям західної економічної думки, а саме маржиналізм. Його представники (Л. Вальрас, Дж.Б. Кларк, К. Віксель та ін.) своє вчення зводили до того, що вартість визначається суб'єктивно-психологічними умовами, попитом і пропозицією. Підхід до питань оподаткування відобразив суб'єктивно-психологічну концепцію цієї школи. З часу свого виникнення маржиналізм намагався створити так звану чисту економічну теорію за аналогією з точними науками. Аналіз граничних приростів попиту та пропозиції на споживчі товари, державних видатків і податків, інших категорій певною мірою абстрагований від соціально-економічного розвитку суспільства, але доповнений суб'єктивістським підходом. На відміну від представників класичної політекономії, вони вважали, що вартість виникає не з витрат виробництва, а з граничної корисності [10, с. 110].

У своїх висновках маржиналісти обґрунтовували необхідність прогресивного оподаткування. Свої докази представники цієї школи побудували на суто психологічних засадах сприйняття додаткових благ. Як і в разі споживання додаткових благ, вони доводять, що приріст доходу теж характеризується тенденцією граничної корисності кожної його додаткової одиниці до спадання. На їхню думку, це виправдовує прогресивне оподаткування на тій підставі, що з точки зору суб'єктивного психологічного сприйняття підвищене оподаткування кожної додаткової одиниці високих доходів справляє на платника враження не дуже значного тягаря [11, с. 50].

Ще один представник маржиналістської наукової течії, а саме датський економіст А.Дж. Коен Стюарт, адаптував маржиналістські політекономічні підходи до потреб фінансової науки. Він піддав критиці виведений його попередниками принцип прогресивності оподаткування, що є наслідком зниження граничної корисності доходу певної особи за його відносного зростання. Серед аргументів А.Дж. Коена Стюарта, на наш погляд, особливої уваги заслуговують такі: 1) загальний закон зниження величини приросту доходу (саме

цим обґрунтовується прогресія оподаткування) не є свідченням реальної величини такого зниження; 2) пропорційне оподаткування приводить до оптимізації рівня навантаження в розрізі окремих платників податків, оскільки гранична корисність доходу знижується тими самими темпами, якими збільшується дохід; 3) під час оподаткування особистих доходів потрібно розраховувати калькуляцію податкових ставок [12, с. 12–13]. Зазначимо, що напрацювання науковця актуальні сьогодні.

Своє продовження фундаментальна наукова концепція теорій оподаткування знайшла в роботах представників «шведської школи», а саме в працях К. Вікселя та його учня Е. Ліндаля. Відкриття К. Вікселя полягає в тому, що він уперше пов'язав податкові принципи з формою податкового управління, насамперед із процесом затвердження податків парламентом. Науковець стверджував, що розподіл податкового тягаря має політичний характер, законодавчі органи повинні максимально враховувати інтереси платників податків, передусім інтереси меншості. Окрім цього, К. Віксель уперше науково обґрунтував роль податків у підвищенні суспільного добробуту. В цьому випадку його заслуга полягає у системному дослідженні розміру податків від обсягу суспільних благ, що вимірюються величиною бюджетних видатків. У результаті проведених досліджень вчений заклав основи справедливого оподаткування відповідно до принципу еквівалентності між сумою сплачених податків та отриманими суспільними благами та послугами [13, с. 299].

У працях Е. Ліндаля податки розглянуто як своєрідну плату за державні суспільні послуги. Як і К. Віксель, він вважав, що головною проблемою оподаткування є досягнення справедливості.

Світова економічна криза 1929–1933 рр. засвідчила, що створена економічна система не здана саморегулюватись. Неокласичну доктрину було визнано неспроможною, і її замінило кейнсіанство. З одного боку, кейнсіанство є прямим запереченням неокласицизму, а з іншого боку, воно увібрало в себе низку його важливих принципів. Так, маржиналізм з його суб'єктивно-психологічними постулатами знайшов у теорії Дж. Кейнса своє втілення та подальший розвиток.

Економічна доктрина Дж. Кейнса запропонувала шляхи поліпшення функціонування господарського механізму та пом'якшення суперечностей ринкової економіки. Всі попередні теорії виходили з того, що ринкове господарство має достатню кількість внутрішніх сил саморозвитку, має внутрішні саморегулятори для залагодження економічних проблем. Однак, як засвідчив досвід, теорія «автоматичного саморегулятора» безповоротно зазнала краху. виправити становище, підвищити ефективність господарювання можна тільки за допомогою державного втручання в економіку.

Дж. Кейнс розробив принципово нову теорію податків, спрямовану на державне регулювання економіки за умов ринкових відносин. Це регулювання здійснюється за допомогою різних економічних інструментів, зокрема податків, які Дж. Кейнс розглядає як «вбудовані механізми гнучкості», що амортизують кризові явища та рівномірно розподіляють податковий тягар залежно від доходів. Одним із важливих принципів запропонованої теорії також є те, що економічне зростання, на думку науковця, залежить від достатніх заощаджень тільки за умови повної зайнятості. Якщо цієї головної умови немає, то великі заощадження заважають зростанню. Звідси випливає висновок про те, що зайві заощадження потрібно вилучити за допомогою податків, при цьому шкала оподаткування має бути прогресивною. Тобто Дж. Кейнс виводить принцип прогресивності в оподаткуванні не з ідеї справедливості, а з концепції «граничних заощаджень» [14, с. 156–157].

Однак проведення регулятивної політики монетарними та фіскально-бюджетними методами, підміна у багатьох випадках реальних економічних відносин психологічними економічними поняттями, які не завжди виявляли глибинні причини економічної стагнації, зростання темпів безробіття, сповільнення темпів економічного зростання, збільшення державного боргу, підвищення рівня інфляції засвідчили низку суперечностей кейнсіанської концепції економічного розвитку, результатом чого стала криза 1974–1975 рр. Як наслідок, на перший план знову виходить неокласична теорія з притаманною їй практикою державного втручання.

У неокласичній теорії широкого розвитку набули два напрями, а саме теорія пропозиції та монетаризм. Теоретики першого напрямку (А. Лаффер, Р. Мандал, Дж. Гільдер, М. Фелдстайн та ін.) поділяли думку про негативний вплив державного втручання в економіку. На їхню думку, систематичне втручання держави у господарське життя, її політика доходів, зайнятості, соціального забезпечення справляють руйнівний вплив на економіку. Таке втручання відкидається, а роль держави обмежується здійсненням політики, що сприяє вільній господарській діяльності, а також підтримці необхідного рівня грошової маси, вжиттю кредитних заходів, обмеженню соціальних витрат. Прихильники теорії пропозиції категорично відкидають ідею нарощування бюджетних витрат для стабілізації або формування попиту, кваліфікуючи її як чинник дестабілізації економіки і стимулювання інфляції. Не сприймаючи політику бюджетної експансії, вони виступають за збалансований бюджет, оздоровлення фінансів [15, с. 112].

Автори теорії пропозиції заперечують ідею використання податків як засобу антициклічної дії на економіку. Прогресивно зростаючий податок на

доходи окремих осіб і корпорацій розглядається як перешкода для зростання заощаджень, а отже, нових капітальних вкладень, нарощування ділової активності, стійкого економічного зростання. При цьому висувається вимога щодо радикального зниження граничних податків і ставок, скорочення ступеня прогресивності оподаткування доходів. Такі заходи розглядаються як ефективний засіб стимулювання приватної ініціативи, створення сприятливих умов для підтримки ділової активності на основі необмеженого ринкового саморегулювання, розширення інвестицій та оптимального довготермінового темпу економічного зростання. Ключем до вирішення найбільш гострих економічних проблем вважається стимулювання широкої приватної ініціативи та приватного підприємництва, а найважливішим важелем їх стимулювання – зниження податкових ставок і надання податкових пільг та привілеїв корпораціям. Тільки через стихійний ринковий механізм і всіляке підвищення пропозиції, за твердженням прибічників цієї теорії, можна забезпечити ефективне використання ресурсів і стимулювати попит на продукцію. Будь-яке збільшення бюджетних витрат на ці цілі відкидається, як і підвищення витрат на соціальні потреби [16, с. 56–57].

А. Лаффер у своїх дослідженнях обґрунтував необхідність скорочення граничних податкових ставок. Він наочно показав кількісну залежність між прогресивністю в оподаткуванні і доходами бюджету, створивши параболічну криву, і зробив висновок про те, що зниження податків покращує інвестиційну діяльність приватного сектору. Науковець довів, що підвищення податкових ставок лише до певної межі супроводжується зростанням податкових поступлень до бюджету, після чого таке зростання поступово сповільнюється, а також навіть відбувається відповідне зниження доходів до бюджету або їх різке падіння. Отже, коли податкова ставка досягає певного критичного рівня, падає підприємницька ініціатива, скорочуються стимули до розширення виробництва, зменшуються доходи до оподаткування, внаслідок чого частина платників податків переходить із легального у тіньовий сектор економіки [17, с. 19–22].

Іншим напрямом в розвитку неокласичної теорії став монетаризм. Найвідомішим представником цього напрямку вважається М. Фрідман, який виступив за обмеження державного втручання в економіку лише грошовою системою. Згідно з його розрахунками грошова маса має зростати щорічно на 4% (цей показник обчислений лише для економіки США), які включають 3% приросту ВВП та 1% довготривалого сповільнення швидкості обігу грошової одиниці. Така політика, на думку М. Фрідмана, повинна стимулювати підприємницьку та ділову активність. Цим своїм висновком автор опосередковано виступив за скорочення

податкового тягаря, чітку ув'язку між сумою сплачених податків та обсягом бюджетних асигнувань [2, с. 20].

Однак треба все ж таки визнати, що саме рекомендації теорії пропозиції були використані в кінці ХХ століття низкою західних країн під час проведення реформ системи оподаткування.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, теорія оподаткування пройшла тривалий шлях еволюції від сплати десятини на користь церкви до вагомого джерела державних доходів. Такий розвиток триває і сьогодні, відбуваються нові спроби переосмислити податковий механізм відповідно до вимог сучасності, визначити нові концепції. Зокрема, можна відзначити праці лауреатів Нобелівської премії 1996 р., а саме професорів У. Вікрі (США) та Дж. Мерлі, а також їх аналіз залежності продуктивних можливостей платників податків від рівня податкового навантаження. Однак, підсумовуючи багатовіковий досвід дослідження місця й ролі податків у суспільстві, можемо зробити висновок, що податки розглядаються як обов'язкові платежі, що використовуються для фінансування суспільних благ і послуг; є дієвим засобом фінансової політики держави для впливу на розташування ресурсів, перерозподіл багатства тощо. При цьому для побудови в нашій країні раціональної, дієвої та ефективної системи оподаткування такий досвід є безцінним, він має бути переосмислений задля визначення на цьому теоретичному базисі механізму та заходів щодо її реформування. Це питання вважаємо перспективним напрямом подальших наукових досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фрадинський О. Розвиток теорій оподаткування в період становлення світової фінансової науки. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 1. С. 17–21.
2. Благун І., Когут М.-Х., Скларська Л. Передумови виникнення і тенденції становлення податкового механізму ринкової економіки. Наукові записки Української академії друкарства. 2013. № 4. С. 8–24.
3. Лебедзевич Я. Теорії походження податків. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2006. № 3(6). С. 88–99.
4. Озеров І. Основы финансовой науки. Бюджет. Формы взимания. Местные финансы. Государственный кредит. Москва: ЮриИнфоР-Пресс, 2008. 622 с.
5. Демиденко Л. Розвиток теорії оподаткування вченими заходу. Фінанси України. 2004. № 5. С. 111–117.
6. Штермер О. Концептуальні підходи до формування фінансової політики держави. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Сер.: Державне управління. 2011. Т. 165. Вип. 153. С. 92–96.
7. Ингрэн Дж. История политической экономии / пер. с англ. Москва, 1891. С. 65–73.

8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ.; предисл. В. Афанасьева. Москва: Соцэкгиз, 1962. 684 с.

9. Рикардо Д. Соч.: в 7 т. / пер. с англ. Москва: Государственное издательство политической литературы, 1955. Т. 1 : Начала политической экономии и налогового обложения. 1955. 360 с.

10. Сабадош Л. Парадигма теорій оподаткування підприємницької діяльності. Торгівля, комерція, підприємництво. 2010. Вип. 11. С. 109–113.

11. Мельник В. Генеза теорій податків. Фінанси України. 2004. № 8. С. 42–53.

12. Суторміна В., Федосов В., Андрущенко В. та ін. Держава – подати – бізнес: (із світового досвіду

фіскального регулювання ринкової економіки): монографія. Київ: Либідь, 1992. 328 с.

13. Клепанчук О. Дослідження місця та ролі податків у суспільстві. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.4. С. 294–302.

14. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. Москва: Прогресс, 1978. 548 с.

15. Мельник П. Розвиток податкової системи в перехідній економіці. Ірпінь: Академія державної податкової служби України, 2001. 362 с.

16. Крисоватий А. Фінансові школи та логос теорії оподаткування. Світ фінансів. 2005. Вип. 3–4(4–5). С. 53–68.

17. Лондар С. Определение параметров кривой Лаффера для украинской экономики. БИЗНЕС-ИНФОРМ. 1998. № 13–14. С. 19–24.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ
ВІЙСЬКОВОЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЗАГРОЗUKRAINE'S ECONOMIC SECURITY IN THE FACE
OF MILITARY AND POLITICAL THREATS

У статті проведено дослідження економічної безпеки національної економіки не лише за визначеним порушенням порогових значень безпеки. Порогові значення економічної безпеки є лише теоретичним обґрунтуванням рівня безпеки, реалії сьогодення вносять корективи у формування безпечного розвитку національної економіки. Нинішній трансформаційний стан економіки України загострилася військовою агресією на сході країни, політичними і територіальними загрозами на заході країни. Політичні та територіальні посягання з боку сусідніх країн супроводжуються економічними обмеженнями та блокуванням товарообміну. Суто політичні загрози супроводжуються проникненням на внутрішній ринок та розбалансуванням цінової і фінансової політики країни.

Ключові слова: пороги економічної безпеки, загрози, військова загроза, політичні загрози, територіальна цілісність, цінова політика, розбалансування, товарообмін.

В статье проведено исследование экономической безопасности национальной экономики не только по определенному нарушению пороговых значений безопасности. Пороговые значения экономической безопасности являются только теоретическим обоснованием уровня безопасности, сегодняшние реалии вносят коррективы в формирование безопасного развития национальной экономики. Современное трансформационное состояние экономики Украины обострилось военной агрессией на востоке страны, политическими и терри-

ториальными угрозами на западе страны. Политические и территориальные посягательства со стороны соседних государств сопровождаются экономическими ограничениями и блокированием товарообмена. Чисто политические угрозы сопровождаются проникновением на внутренний рынок и разбалансированием ценовой и финансовой политики страны.

Ключевые слова: пороги экономической безопасности, угрозы, военная угроза, политические угрозы, территориальная целостность, ценовая политика, разбалансирование, товарообмен.

The article analyzes the economic security of the national economy not only of a certain violation of the threshold values of security. Thresholds of economic security are only theoretical justification of the level of security, the realities of the present make adjustments in the formation of a safe development of the national economy. The current transformational state of the Ukrainian economy was exacerbated by military aggression in the East and political and territorial threats in the West. Political and territorial encumbrances by neighboring countries are accompanied by economic constraints and barriers to trade. Purely political threats are accompanied by penetration into the domestic market and the imbalance in the price and financial policies of the country.

Key words: economic security thresholds, threats, military threat, political threats, territorial integrity, price policy, imbalances, commodity exchange.

УДК 330.338.24.021.8

Гріненко А.Ю.

к. е. н., доцент,

Директор Товариства з обмеженою відповідальністю «Кліар Енерджі»

Постановка проблеми. Протягом останніх 10–15 років розвитку незалежної держави України значно загострилися як внутрішні суперечки щодо курсу розвитку країни, так і зовнішні загрози як економічній безпеці, так і територіальній цілісності держави. Історичні факти устремління України бути незалежною державою (1654, 1709, 1917 роки) засвідчують, що держава щоразу втрачала свою незалежність через внутрішні суперечки та зовнішні загрози сусідніх держав.

Нинішня ситуація в Україні засвідчує внутрішні економічні загрози та зовнішні загрози з боку Росії на сході країни, а також політичний тиск і посягання на територіальну цілісність серед окремих європейських країн на заході.

Причинами загострення як внутрішніх, так і зовнішніх загроз є значне падіння рівня економічної безпеки країни та зростання економічної залежності України від сусідніх країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем економічної безпеки країни та шляхів її забезпечення в науковій літературі протягом останніх років посіло досить вагоме

місце. На міжнародних конференціях, в наукових статтях частіше за все обговорюються порогові значення економічної безпеки, а також проводиться систематизація загроз безпеки. Вагомий внесок у розробку теоретичних основ національної безпеки України, зокрема економічної її безпеки, зробили вітчизняні вчені, такі як О. Данільян, О. Дзьобань, В. Ліпкан, М. Панов, Г. Ситник. Серед вітчизняних дослідників, які присвятили свої праці дослідженню суто економічної безпеки, варто виділити О. Бандурку, О. Барановського, З. Варналія, В. Гончарову, Я. Жаліла, Л. Кістерського, В. Мунтіяна, Г. Пастернака-Таранушенка. З урахуванням досліджень у статті зовнішніх загроз та воєнної агресії відносно України варто розширити поняття економічної безпеки до теоретичного обґрунтування стану військово-економічної безпеки та шляхів її зміцнення на міжнародному та національному рівнях. Ця проблема не нова, її досліджували в науковій літературі, зокрема, науковці інших країн (Н. Баранов, В. Волошко, Д. Гордієнко, У. Лінд, А. Пожаров, Т. Пол, В. Сліпченко, М. Тяпкін та ін.). Однак з урахуванням нинішніх збройних

конфліктів, збройної агресії Росії, що продовжується на сході України загострюються проблеми не лише військово-економічного реагування на наявні та потенційні загрози національним інтересам, але й економічної блокади. Зростання міжнародного мегапротистояння в економіці різних країн і навіть тих держав, що не причетні до військового конфлікту, вимагає більш детального аналізу дослідження проблем економічної безпеки, що раніше не досліджувалися.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення мегазагроз та міжнародних загроз економічній безпеці України, їх взаємодії з внутрішніми загрозами. З метою напрацювання запобіжних заходів щодо поширення агресії відносно України та політекономічного шантажу і диктату з боку окремих європейських країн необхідно визначити економічні аспекти воєнної безпеки. Необхідно дослідити інформаційні фактори як складові фактори війни, визначивши роль держави та міжнародних організацій у стабілізації економічних відносин.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виборена та віками вистраждана незалежність України у 1991 році супроводжувалася ейфорією, «переможці» не були налаштовані на плідну працю в розбудові державності, власної національної економічної структури [1]. Адже основу економіки країни складали АПК та ВПК, які потужними і міцними зв'язками були вмонтовані в економіку СРСР. Централізована економіка мала значні вади у формуванні цінової політики, розподілі ресурсів, примусової міграції робочої сили та забезпеченні функціонування збиткових виробництв. Класики свого часу попереджували, що важливо не завоювати владу, а втримати її. Саме тому ми на перше місце ставимо мегазагрози, тобто загрози світового масштабу, які мають значний вплив на економічну безпеку країн світу.

Одними з основних пріоритетів національних інтересів України є захист державного суверенітету, територіальної цілісності та недоторканності державних кордонів, недопущення втручання у внутрішні справи України, створення конкурентоспроможної, соціально орієнтованої ринкової економіки та забезпечення постійного зростання рівня життя і добробуту населення, збереження та зміцнення науково-технологічного потенціалу, утвердження інноваційної моделі розвитку [2].

Важливою була і залишається проблема розбудови зовнішньоекономічних та політичних зв'язків з іншими країнами світу. На перший погляд в Україні тут було сильне підґрунтя. Україна за зверненням ядерних держав 12 травня 1994 року підписала Будапештський Меморандум про гарантії безпеки у зв'язку з приєднанням її до Договору про нерозповсюдження ядерної зброї. Відповідно до цього Договору Російська Федерація, Об'єднане

Королівство Великої Британії і Північна Ірландія, США «вітають приєднання України до Договору про нерозповсюдження ядерної зброї як держави, що не володіє ядерною зброєю <...> відзначаючи зміну ситуації в галузі безпеки у всьому світі, включаючи закінчення «холодної війни», що створило умову для глибоких скорочень ядерних сил, підтверджують таке:

– підтверджують Україні свої зобов'язання <...> поважати незалежність і суверенітет та наявні кордони України;

– країни-підписанти Договору підтверджують свої зобов'язання утримуватися від загрози силою чи її використання проти територіальної цілісності чи політичної незалежності, і ніяка їхня зброя ніколи не буде використовуватися проти України;

– утримуватися від економічного тиску, спрямованого на те, щоб підпорядкувати своїм власним інтересам здійсненням Україною прав, властивих її суверенітету, отже, отримати будь-які переваги;

– домагатися невідкладних дій з боку Радбезу ООН надання допомоги Україні <...>, якщо Україна стане жертвою акту агресії чи об'єктом загрози агресії» [3].

Протягом десяти років не лише не виконана жодна з умов Договору, але й навіть одна із країн підписантів (Росія) стала агресором, захопила значні території України і веде там гібридну війну.

Очевидно, Україна мала б звернутися до Радбезу ООН та вимагати дотримання і виконання Будапештського Договору, проте, на превеликий жаль, і ООН не дотримується міжнародних угод.

Після закінчення Другої світової війни в Європі визначені нові кордони. Міжнародно-правові основи післявоєнних кордонів в Європі були закладені в Ялтинській (13 лютого 1945 року) і Потсдамській (2 серпня 1945 року) угодах голів урядів трьох союзних держав-переможниць, а саме СРСР, США і Великобританії. Скріплені нові реалії були також мирними договорами, підписаними 10 лютого 1947 року в Парижі державами від імені Об'єднаних Націй з кожної із країн-союзниць гітлерівської Німеччини.

За рішенням Потсдамської конференції територія Німеччини скоротилася на 25% порівняно з 1937 роком. Більша частина територій, що відійшли від Німеччини, були приєднані до Польщі.

До середини 70-х років склався комплекс двосторонніх договорів, які закріпили принцип непорушності кордонів, і були створені необхідні передумови для загального визнання непорушності кордонів всіма державами Європи. Завершенням процесу формування принципу непорушності кордонів стало його закріплення на багатосторонній основі в Заключному акті Хельсінкської наради з безпеки і співпраці в Європі. В Заключному акті принцип непорушності післявоєнних кордонів сформульований таким чином: «Держави-учас-

ники розглядають як непорушні і всі кордони один одного, і кордони всіх держав в Європі, тому вони будуть утримуватися зараз і в майбутньому від будь-яких посягань на ці кордони. Вони будуть, відповідно, утримуватися від будь-яких вимог і дій, спрямованих на захват і узурпацію частини чи всієї території будь-якої держави-учасниці» [4].

Очевидно, що на захисті міжнародних угод повинна стояти Організація Об'єднаних Націй, проте, на жаль, вона серед перших схилилася до порушення основних принципів єдності і стійкості кордонів після Другої світової війни. Так, за згодою Президента України В. Ющенка Міжнародний суд ООН 3 лютого 2009 року оголосив рішення, яке встановлює морські кордони між державами і визначає виключно економічні зони Румунії і України. Із загальної площі шельфу в 12 тисяч квадратних кілометрів Румунія отримала 9,7 тисяч квадратних кілометрів. При цьому суд заявив, що обидві сторони виразили задоволення рішенням. В результаті такого рішення суду Україна втратила 79,34% спірних територій шельфу. Згідно з оцінками румунських спеціалістів на шельфі знаходяться значні поклади газу (близько 70 млрд. кубометрів) і нафти (близько 12 млн. т). Президент Румунії привітав зовнішньополітичне відомство своєї держави з перемогою [5]. Осць так за допомогою міжнародних організацій Україна в порушення всіх міжнародних договорів у 2004–2009 роках розпочала віддавати свої території. Такий підхід влади сприяв зростанню посягань на решту територій України.

З урахуванням зростаючого сепаратизму та намагання виокремити цілі області нашої країни Україна має зміцнювати воєнно-економічну безпеку. З одного боку, слід забезпечити соціально-економічний розвиток приграничних територій, а з іншого боку, необхідно зміцнювати обороноздатність країни та єдність народів, що населяють Україну, незалежно від їх національного походження.

Сьогодні принцип непорушності післявоєнних кордонів знаходиться в небезпеці. Бомбардування і насильницьке дроблення Югославії, косовський

проект проголошення незалежної держави на території Сербії, претензії з боку Польщі до Білорусії і України, Словаччини і Угорщини до України, Румунії до України, намагання на території України створити цілий російський регіон «Русский мир» – все це ланки одного ланцюга. Жодна з країн, зокрема Польща, Угорщина, Румунія, Чехія, до яких свого часу приєднали території інших країн після Другої світової війни, не намагаються їх повернути і водночас претендують на інші території. Румунія будь-яким способом намагається приєднати до себе Молдову, Угорщина – Закарпаття тощо. Та ж Росія не намагається повернути Аляску, час оренди якої давно вийшов. Оскільки ці країни мають вищий індекс військової могутності (табл. 1), вони намагаються тиснути як економічними, так і політичними важелями на сусідні країни, зокрема на Україну, заявляючи претензії від імені свого далекого історичного минулого.

Як бачимо з проведеного дослідження, претензії на володіння територіями інших країн виявляють більш сильні з військово-економічної точки зору країни. Згідно з даними проведеного аналізу рейтингу країн за рівнем могутності Україна посідає аж тридцятье місце, а це й виявляє причини втручання сусідніх країн, зокрема країн Євросоюзу, у внутрішні справи України.

З метою подальшого зростання рейтингу Міністерство оборони України у 2018 році планує збільшити видатки на закупівлю озброєння і військової техніки на 34%, а також довести цей показник до 18,1 млрд. грн. Окрім того, у 2018 році уряд спрямує 16,5 млрд. грн. на виробництво і модернізацію озброєння і військової техніки. Сумарні оборонні видатки України складають близько 5% ВВП [7].

Проте високий рейтинг військової могутності не забезпечує прямого і відкритого вторгнення на територію іншої країни. Тут працює спочатку ідеологічна машина, потім просувається сепаратизм, включається в дію теорія переваг, зростає міграція населення, а також фактично відбувається поступове заселення територій громадянами інших національностей та інших країн.

Таблиця 1

Рейтинг країн згідно з індексом військової могутності станом на 4 січня 2016 року [6]

№	Країна	Індекс	№	Країна	Індекс
1	США	0,0897	11	Південна Корея	0,2824
2	Росія	0,0964	12	Єгипет	0,3056
3	Китай	0,0988	16	Ізраїль	0,3591
4	Індія	0,1661	18	Польща	0,3909
5	Франція	0,1993	21	Іран	0,4071
6	Великобританія	0,2466	22	Канада	0,4192
7	Японія	0,2466	29	Швеція	0,5774
8	Туреччина	0,2623	30	Україна	0,5867
9	Німеччина	0,2646	31	Мексика	0,6289
10	Італія	0,2724	126	Центрально-Африканська Республіка	3,7343

Військово-економічна безпека є найважливішою функцією держави і визначається як можливість національної економіки протистояти ризикам і загрозам зовнішніх та внутрішніх збройних конфліктів, а також наявність економічних умов для задоволення запитів в організації збройних сил, їх розвитку як в мирний час, так і в умовах збройного конфлікту [8, с. 4].

Водночас акцентуємо увагу на тому, що військово-економічний потенціал держави, який є похідним від економічного (його частиною), інтегрує можливості країни забезпечити військову безпеку, а також є таким, що держава може використовувати у військових цілях за максимальних військово-економічних зусиль, звівши до мінімуму всі невійськові потреби суспільства [9, с. 63].

Замість прямих збройних конфліктів, зокрема, виділяють гібридні, партизанські, цивільні, диверсійно-терористичні. Наприкінці ХХ та на початку ХХІ століття поширення набули регіональні та релігійні збройні конфлікти, терористичні атаки. Останнім часом в концепції теорії війни запроваджений термін «асиметричний збройний конфлікт», який визначає не регулярні військові дії, а насильницьку боротьбу між державою і недержавними учасниками конфлікту за владу та ідеологічний вплив на цивільне населення [10]. Прикладами таких конфліктів у зазначеному періоді є чеченські угруповання в Росії, ісламісти в Сирії, придністровські угруповання в Молдові, фейкові ДНР та ЛНР в Україні. Причинами зародження таких асиметричних воєн є наявність вагомих конфліктів інтересів та більш висока цінність інтересу для слабкої сторони, невдоволення становищем статус-кво нині і в майбутньому [11, с. 10].

Одна зі сторін, що домінує у конфлікті, наразившись на нестандартні та непрямі стратегії слабкого противника у вигляді тероризму або парти-

занської війни, може вийти із затяжного конфлікту через політичні поступки, навмисне заподіяння шкоди мирному населенню у прагненні швидко здобути військову перемогу [12, с. 112].

У так званих асиметричних війнах швидше діє партизанщина, а просторові і часові межі розмиваються, руйнуються традиційні поняття «фронт», «поле бою» [13, с. 6]. Це добре відомо сьогодні у конфліктах за участю «Аль-Каїди», «Воїнів аллаха», «Ісламської держави» або за незаконними збройними формуваннями на сході України, очолюваних так званими ЛНР та ДНР, тобто конфліктах між державою (коаліцією держав) і терористичними квазідержавними утвореннями.

Усі види безпеки тісно пов'язані між собою, іноді настільки, що неможливо відокремити один від одного. Однак усі види національної безпеки базуються на економічній безпеці [14]. На межі століть економіки постсоціалістичних країн світу постали перед необхідністю трансформації галузей соціалістичного виробництва до капіталістичного. Трансформація економіки – це непростий і невизначений в часі шлях. Економіка України знаходиться у стані невизначеності пріоритетних напрямів розбудови та формування структури виробництва. Безпосередньо органічно взаємопов'язана з воєнною безпекою та економічною безпекою воєнно-економічна безпека держави може бути представлена як стан захищеності національного господарства від внутрішніх і зовнішніх воєнних загроз, за якої вона здатна задовольнити економічні потреби воєнної організації для її розбудови, утримання і стійкого розвитку [15, с. 4]. З огляду на світовий досвід розвинутих країн світу національні інтереси та цілі в економічній сфері України необхідно досліджувати з урахуванням сильних і слабких сторін політики забезпечення економічної безпеки у внутрішньодержавній

Таблиця 2

Десять країн світу, з якими в Україні склалися найвищі позитивні і найвищі негативні показники сальдо у торгівлі товарами [16]

№	Країна, у якій склалося позитивне сальдо у торгівлі товарами з Україною у 2015 році	Позитивне торгове сальдо, млрд. USD	Країна, у якій склалося негативне сальдо у торгівлі товарами з Україною у 2015 році	Негативне торгове сальдо, млрд. USD
1	Єгипет	+2,034	Німеччина	-2,781
2	Туреччина	+1,936	Білорусія	-1,616
3	Італія	+1,005	Росія	-1,493
4	Індія	+1,003	Китай	-1,379
5	Саудівська Аравія	+0,616	США	-0,996
6	Іспанія	+0,606	Норвегія	-0,848
7	Іран	+0,504	Угорщина	-0,652
8	Молдова	+0,484	Франція	-0,387
9	Ірак	+0,472	Польща	-0,329
10	Нідерланди	+0,458	Литва	-0,314

Динаміка імпорту в Україну десяти країн світу, що мають його найвищі показники у 2013 та 2016 роках [16]

№	Країна	За 10 місяців 2013 року		За 10 місяців 2016 року		Темп приросту, %
		Імпорт товарів, тис. дол.	Доля в імпорті України, %	Імпорт товарів, тис. дол.	Доля в імпорті України, %	
1	Росія	19 145 311	30,2%	4 043 514	13,8%	79%
2	Китай	6 726 537	10,6%	3 730 891	12,07%	45%
3	Німеччина	5 683 520	9,0%	3 364 413	10,88%	41,1%
4	Білорусь	3 068 116	4,8%	2 241 786	7,25%	27%
5	Польща	3 306 362	5,25	2 156 096	6,97%	35%
6	США	2 366 206	3,7%	1 399 540	4,53%	41%
7	Франція	1 429 690	2,3%	1 098 342	3,55%	23%
8	Італія	16 743 821	2,6%	1 083 688	3,50%	35%
9	Туреччина	1 438 728	2,3%	840 958	2,72%	42%
10	Угорщина	1 114 516	1,8%	720 176	2,33%	35 %

сфері та її позиції в системі міжнародних відносин. Визначення державної політики та загроз економічній безпеці України є вкрай актуальним завданням сьогодення, оскільки низький рівень економічної безпеки привів до наявності та зростання зовнішніх загроз. Аналіз, викладений в табл. 2, засвідчує, що негативне торговельне сальдо України у 2015 році склалося із сусідніми країнами, зокрема країнами Євросоюзу. Такі економічні відносини склалися внаслідок зростання політичної та політекономічної складової у відносинах з Польщею, Румунією, Угорщиною, Болгарією.

Щодо значних прорахунків в міжнародних економічних відносинах, то вони перш за все пов'язані зі зростанням корупції в Україні та відсутністю основних реформ, які б могли забезпечити економічне зростання. Як вже зазначалося, економічна безпека – це здатність національної економіки забезпечити стабільніший розвиток виробництва в державі з метою оздоровлення її головних потреб. Вона охоплює такий різновиди безпеки, як військово-економічна. Отже, прорахунки в економіці, зростання внутрішніх загроз сприяють падінню стійкості безпеки країни загалом.

Показники табл. 3 засвідчують значне падіння рівня зовнішніх економічних відносин України протягом останніх трьох років. Якщо відносини з агресором підлягають обґрунтуванню політики України за обмеженням економічних стосунків разом з іншими країнами світу, то падіння рівня експортних та імпорتنих відносин з країнами Європи не сприяє зміцненню економічної безпеки держави.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами дослідження встановлено, що національну безпеку в умовах агресії та політичних загроз можна визначити як сукупність умов і факторів, які забезпечують своєчасне і надійне задоволення поточних і перспективних економічних та військово-економічних потреб в обсягах, достатніх для підтримки необхідного рівня обороноздатності і безпеки держави.

Сучасна статистика засвідчує, що в Україні ще не вдалося створити національну ефективну економічну систему, котра б змогла забезпечити вихід України на світові ринки, зміцнювати важелі зовнішньої і внутрішньої політики держави. Недостатньо чітко нині визначено пріоритети впливу на внутрішні загрози та система розбудови економічних і соціально-економічних відносин з країнами Євросоюзу; розвиток експортного потенціалу з переорієнтацією реалізації продукції високотехнологічних виробництв та зменшення в структурі експорту сировини і природних ресурсів; зміцнення воєнно-економічної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19 червня 2003 року № 964-IV. ВВР України. 2003. № 52. С. 351.
2. Данільян О., Дзьобан О., Панов М. Національна безпека України. Харків: Філіо, 2002. 285 с.
3. Будапештський Меморандум про гарантії безпеки у зв'язку із приєднанням України до Договору про нерозповсюдження ядерної зброї. URL: <http://kiev1.org/budapesht-m.htm1>.
4. Матеріали Потсдамської конференції 1945 года. URL: http://www.hist.msu.ru/ER/Text/War_Conf/berlin23.htm.
5. Територіальний спор України з Румунією. URL: https://rian.com.ua/trend/territorial_dispute.
6. Countries Ranked by Military Strength (2016). URL: <http://www.globalfirepower.com/countries-listing.asp>.
7. Сумарні оборонні видатки України 2018 року. URL: <http://journalist.today/poroshienko-voiennyi-biudzhiet-ukrainy-sostavit-riekordnyie-86-mlrd-ghrn>.
8. Тяпкин М. Система показателей и критериев воєнно-економической безопасности государства. Системы безопасности: материалы четырнадцатой научно-технической конференции (Санкт-Петербург, 2005 год). Москва: Академия ГПС МЧС России, 2005. С. 62–65.
9. Пожаров А. Показатели и критерии воєнно-економической безопасности. Военная мысль. 2000. № 6. С. 26–29.

10. Военная безопасность Украины: реалии и перспективы. URL: <https://ord-ua.com/2008/07/23/voennaya-bezopasnost-ukrainyi-realii-i-perspektivy/>.

11. Paul T. Asymmetric Conflicts: War Initiation by Weaker Powers. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 248 p.

12. Arreguin-Toft I. How the Weak Win Wars. A Theory of Asymmetric Conflict. *International Security*. 2001. Vol. 26. № 1 (Summer). P. 93–128.

13. Дериглазова Л. Асимметричный конфликт в современной американской политологии. *Международные процессы*. 2015. С. 12–16.

14. Кулагин В. Международная безопасность: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Аспект Пресс, 2007. 318 с.

15. Гордиенко Д. Военно-экономическая безопасность государства. Аналитический доклад. Москва: Центр стратегических оценок и прогнозов, 2011. 14 с.

16. Украина уже вдвое больше торгует с Евро-союзом, чем с Россией. URL: http://cfts.org.ua/news/2016/04/13/ukraina_uzhe_vdvoe_bolshe_torguet_s_evrosoyuzom_chem_s_rossiey_33473.

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇН СВІТУ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУFEATURES OF PUBLIC REGULATION
OF INNOVATION-INVESTMENT ACTIVITIES OF THE WORLD COUNTRIES
IN GLOBAL DEVELOPMENT CONDITIONS

У статті розглянуто систему державного регулювання інноваційно-інвестиційною діяльністю в різних країнах світу, зокрема в Україні, в умовах глобалізації. Розкрито основні ознаки ролі держави в управлінні інноваційно-інвестиційним розвитком. Визначено місце України у світовому економічному середовищі стосовно науково-технічного та інноваційного розвитку. Запропоновано сучасні принципи реалізації державної інноваційно-інвестиційної політики. Обґрунтовано подальші напрями інноваційно-інвестиційного розвитку країн світу та необхідність державної підтримки інновацій.

Ключові слова: інновації, інноваційно-інвестиційна діяльність, державне регулювання, глобальний розвиток.

В статье рассмотрена система государственного регулирования инновационно-инвестиционной деятельности в разных странах мира, в частности в Украине, в условиях глобализации. Раскрыты основные признаки роли государства в управлении инновационно-инвестиционным развитием. Определено место Украины в мировой экономической среде касательно научно-технического и инновационного развития. Предложены современные принципы

реализации государственной инновационно-инвестиционной политики. Обоснованы дальнейшие направления инновационно-инвестиционного развития стран мира и необходимость государственной поддержки инноваций.

Ключевые слова: инновации, инновационно-инвестиционная деятельность, государственное регулирование, глобальное развитие.

The article deals with the system of state regulation of innovation and investment activity in the countries of the world, and in particular in Ukraine, in the conditions of globalization. The main features of the role of the state in management of innovation and investment development are revealed. The place of Ukraine in the world economic environment in terms of scientific, technical and innovative development is determined. The modern principles of realization of state innovation-investment policy are offered. The further directions of innovation and investment development of the countries of the world and the necessity of state support of innovations are substantiated.

Key words: innovations, innovation and investment activity, state regulation, global development.

УДК 330

Білик Р.С.

к. е. н., доцент

кафедри міжнародної економіки

Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Постановка проблеми. Розбудова інноваційної моделі розвитку національних економік країн світу є стратегічно важливим завданням, від вирішення якого залежить стан не тільки окремих галузей та регіонів, але й народного господарства загалом, його подальшого економічного зростання. Поступове входження України в світове економічне середовище та її адаптація до міжнародних вимог ведення підприємництва сприяють формуванню нових підходів до розвитку інноваційно-інвестиційної моделі економіки. Але значний територіальний розподіл природних, економічних та соціальних умов зумовив значні регіональні відмінності у структурі, механізмах та активності інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні. Інвестиційна привабливість є головною умовою формування позитивного інноваційно-інвестиційного клімату в країні та посилення її конкурентних позицій у світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Суперечливі та складні проблеми державного регулювання інноваційно-інвестиційного розвитку економік країн світу в умовах глобалізації знайшли відображення в дослідженнях таких зарубіжних та вітчизняних учених, як, зокрема, Л. Антонюк, З. Варналій, А. Гальчинський, В. Геєць, Дж. Гелбрейт, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон, Н. Мешко, А. Поручник, Р. Робертсон, А. Рум'янцеv, В. Сизоненко, В. Сіденко, Дж. Сорос, Дж. Стігліц, А. Філіпенко, С. Хантінгтон, С. Циганов, А. Чухно, С. Якубовський.

Водночас існує об'єктивна необхідність проведення подальших досліджень ролі глобалізаційних чинників в інноваційному розвитку національних економік, насамперед у напрямках визначення й оцінки ролі держави у трансформаційних змінах в інноваційному середовищі, суперечностей та асиметричного впливу глобалізації на ці процеси.

Постановка завдання. Метою статті є визначення основних напрямів інноваційно-інвестиційного розвитку країн світу залежно від особливостей їх економічної політики та державного регулювання в умовах глобалізаційних процесів, а також розгляд економічних наслідків їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з вимогами часу основою стратегічного курсу розвитку України, її визначальними пріоритетами мають стати розробка та реалізація державної політики, спрямованої на структурну модернізацію господарського комплексу, як найшвидший його перехід на інноваційний шлях розвитку і становлення України як високотехнологічної держави. Як свідчить світовий досвід, визначення національних пріоритетних напрямів розвитку науки і технологій складається з трьох взаємозалежних процесів, таких як формування головної стратегічної мети держави, облік загальноновизнаних світових пріоритетів та відображення національних особливостей країни. Врахування досвіду розвинених країн тоді, коли Україна перебуває на шляху пошуку підходів та інструментів, що забезпечать стійкий економічний розвиток, має надзвичайно велике значення.

Інноваційний розвиток нині стає не лише «національною економічною ідеєю», але й тактикою державної економічної та гуманітарної політики. Становлення нової господарської системи вносить корінні зміни у наше уявлення про пряму залежність між «обсягом виробництва» і реальним потенціалом економіки передусім за рахунок підвищення ролі знань. Знання мають можливість примножувати результати господарської діяльності значно ефективніше, ніж будь-який інший виробничий фактор. На зміну традиційній чинній концепції конкурентоздатності держави, орієнтованій на обсяги, питому вагу та темпи зростання ВВП, приходять поняття перспективної конкурентоспроможності, яка визначається рівнем використання нових технологій [2; 4].

Світовий досвід показує, що перехід до інноваційного типу розвитку не тільки відкриває широкі перспективи, але й створює значні ризики для стабільності і збалансованості функціонування національної економіки. Економіка країни, що динамічно розвивається, має підвищені ризики дестабілізації, тому важливо забезпечити надійність роботи всіх суспільних механізмів інноваційного розвитку, безпечність функціонування всієї соціально-економічної системи [8, с. 124].

Інноваційний розвиток національної економіки комплексно об'єднує виробництво, науку, освіту, управління, фінанси, культуру та інші складові суспільного життя. Невід'ємною складовою стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку економіки є державна інноваційна політика (ДІП), що насамперед ґрунтується на створенні сприятливого інно-

ваційно-інвестиційного середовища в Україні, а також формуванні дієвих структур для її реалізації і налагодження ефективного механізму взаємодії між ними, тобто забезпечення необхідних умов для функціонування суб'єктів інноваційної діяльності та розвитку підприємництва в інноваційній сфері [9].

Інноваційна політика є частиною економічної та спрямована на забезпечення ефективності інноваційної діяльності. Стратегія та механізми реалізації державної інноваційної політики, як правило, визначаються її законодавчими та урядовими структурами. Орієнтація на суто ринкові механізми розвитку та подолання кризових явищ в національних економіках, як свідчить світовий досвід (США часів великої депресії, Німеччина та Японія в повоєнні роки), безперспективна. На Заході державне втручання в інноваційно-інвестиційну сферу стало нормою, а його методи постійно вдосконалюються. Основною метою такого втручання є забезпечення сталого економічного розвитку, підтримка низького рівня інфляції, високої інноваційної активності та зайнятості [16, с. 67].

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

- визначення та підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального та місцевого рівнів;
- формування та реалізації державних, галузевих, регіональних та місцевих програм;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки та стимулювання інноваційної діяльності;
- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримки функціонування та розвитку сучасної інноваційної інфраструктури [6].

Інноваційна політика держави має забезпечувати реалізацію її стратегічних цілей з урахуванням її наявних і потенційних ресурсних можливостей. В процесі трансформаційних перетворень до формування соціально орієнтованої ринкової економіки державна політика має спрямовуватись на структурну перебудову реального сектору економіки та формування інноваційної моделі економічного зростання за допомогою розвитку інноваційної діяльності економічних суб'єктів.

Водночас інноваційна політика держави залежить від різних підсистем загальної соціально-економічної системи, чії структурні характеристики та механізми управління впливають на політекономічні процеси і відповідні результати. Розвинені країни світу активно використовують інновації у конкурентній боротьбі на світових ринках. До них

поступово наближаються країни з ринками, що динамічно розвиваються.

Однак реалії сучасної економічної ситуації в Україні свідчать про те, що, на відміну від розвинених країн світу, які до 90% приросту ВВП забезпечують шляхом виробництва та експорту високотехнологічної продукції, вона може розраховувати лише на 10–15%. При цьому наша країна, посідаючи за кількістю науковців одне з чільних місць у світі (123,2 тис. осіб у 2014–2016 рр.), явно недостатньо використовує свій інноваційний потенціал [5].

Досвід окремих країн світу, зокрема США, країн Європи, Японії, Південної Кореї, Китаю, які успішно розвивали свій інноваційно-інвестиційний потенціал і залучали іноземні інноваційні технології, показує, що ключову роль у цьому відіграла послідовна інноваційна політика уряду. Ця політика була спрямована на пошук можливостей підвищення ефективності національних інноваційних систем (НІС) через нарощування власних ресурсів, особливо людських, і створення дієвої інституційної основи для стимулювання національних компаній до інноваційної діяльності. Ефективна реалізація такої політики потребує довгострокової стратегії. Країна, яка лише пасивно очікує на прихід нових сучасних технологій з інших країн, матиме не вигідну конкурентну позицію порівняно з тими країнами, які проводять активну адаптаційну та інституційну політику [7; 8].

Сучасний стан і динаміка розвитку національної інноваційної системи (НІС) України як основи генерації та впровадження сучасних знань не відповідають вимогам часу. Спостерігаються дуже низькі темпи технічного переозброєння технологічної бази, розпадаються наукові колективи, які формувалися впродовж десятиліть; значно послабилися зв'язки з науковою і виробничою сферами; практично розпався галузевий сектор прикладної науки; спостерігаються тенденції значного скорочення дослідно-конструкторських робіт на промислових підприємствах тощо [10, с. 135].

Інноваційні процеси в Україні не набули достатніх масштабів і не забезпечують суттєвого зростання ВВП, а науково-технічний потенціал практично виключений з процесу економічного розвитку держави. Згідно з даними Інституту економіки та прогнозування НАН України випуск продукції третього технологічного укладу в Україні становить 58%, четвертого – 38%, а п'ятого – 4% [3, с. 134].

На ефективність інноваційних процесів в економіці країни впливає ціла низка стримуючих факторів, які доцільно згрупувати за такими основними ознаками, як економічні, технологічні, організаційно-управлінські, правові, професійна підготовка кадрів. Їх активний вплив можливий лише за спільних зусиль держави, регіональних органів влади та самих підприємств.

Одним з головних факторів, що впливають на ефективність державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в країні, є інноваційний потенціал, який визначає рівень інноваційних можливостей суб'єктів господарської діяльності та країни загалом. Під інноваційним потенціалом держави слід розуміти її спроможність здійснювати діяльність в науковому та виробничому секторах, а також інноваційній сфері, що функціонують в країні. Він характеризується забезпеченістю ресурсами інноваційної сфери, а саме науковими кадрами, матеріально-технічною базою, джерелами фінансування, інформаційними ресурсами, науковими школами, інтелектуальною власністю, наявністю сучасних інноваційних структур та результативністю їх функціонування [15, с. 77].

Політика державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності повинна бути спрямована на ефективне використання наявного інноваційно-інвестиційного потенціалу, на зміцнення внутрішніх зв'язків у науково-технічному комплексі. Формування інноваційної політики пов'язане насамперед з переорієнтацією системи державного регулювання на всебічне заохочення підприємства та приватної ініціативи. Набір методів і засобів інноваційної політики досить широкий. Йдеться про стимулювання інноваційної активності бізнесу, коригування податкового, ліцензійного законодавства, амортизаційних відрахувань, регулювання запровадження передових технологій, зняття низки обмежень щодо охорони навколишнього середовища, різні форми підтримки міжорганізаційної кооперації та малого інноваційного бізнесу [9, с. 22].

Природною умовою реалізації інноваційної політики є оздоровлення економічного середовища, у якому підприємства організовують інноваційне відтворення, застосовують новітні технології, нові форми організації праці, виробництва, маркетингової діяльності, розроблені прикладною наукою. Економічна база мусить бути такою, щоб стимулювати інноваційний процес на всіх його стадіях, а саме від зародження нової ідеї до її реалізації в нову техніку, технологію та використання в процесі відтворення [3].

Нинішній стан економіки характеризується низьким рівнем комерціалізації результатів наукових досліджень і відсутністю ефективних зв'язків науки та виробництва, повільним розвитком мережі сучасних інноваційних структур (технопарків, бізнес-інкубаторів, венчурних фірм), інших організацій інноваційної інфраструктури [10, с. 93]. Тому під час побудови стратегії подальшого розвитку інноваційної сфери, відповідно до основних цілей економічної політики, держава має виходити з доктрини про те, що фінансування науки та техніки – це капіталовкладення у майбутнє, тому вся система її фінансово-економічної підтримки

зобов'язана забезпечувати рівень розвитку сфери науково-дослідних робіт (НДР) згідно з довгостроковими національними інтересами.

Такий підхід визначає й основні принципи побудови механізму управління науково-технічним потенціалом держави: визначення та законодавче закріплення пріоритетів у галузі науки та техніки; державна підтримка фундаментальних та тривалої дії прикладних досліджень, що мають загальнодержавне значення; збільшення питомої ваги витрат приватного сектору на проведення прикладних досліджень [15, с. 55]. Для ефективної реалізації інноваційного потенціалу України слід враховувати успадковані науково-технічні зв'язки з країнами близького зарубіжжя; можливості відновлення таких зв'язків із країнами Східної Європи; необхідність інтеграції України в ЄС; можливості двосторонньої взаємодії з країнами, що є світовими технологічними лідерами; необхідність участі у дво- та багатосторонніх інноваційних проектах; поширення всіх форм міжнародного науково-технічного обміну, а саме від трансферу технологій до обміну спеціалістами [13].

Для країн із трансформаційною економікою, зокрема України, формування інноваційно орієнтованої економіки потребує змін в діяльності інститутів, передусім держави, яка повинна перетворитися на збудника та організатора розробки та впровадження інновацій, інституційний поштовх активізації інноваційної діяльності. Відокремлення від функцій державного регулювання певних процедур, здатних трансформуватися в інститут, який набуває для функціонування економіки безумовного та обов'язково необхідного характеру, дає змогу суттєво прискорити формування інноваційно орієнтованої економіки. Діяльність цих інститутів повинна відображати цільові пріоритети стратегії фінансування інноваційного розвитку, відповідні механізми та фінансові інструменти які узгоджені із загальною концепцією регулювання економіки.

Державне управління та регулювання інноваційно-інвестиційним розвитком передбачає вжиття системи заходів, спрямованих на створення умов для формування стійкого ринкового попиту на інновації, сприяння розвитку конкурентного середовища та інститутів національної інноваційної системи. Чільне місце в забезпеченні інноваційних процесів посідає фінансування, яке правомірно розглядається як: 1) економічна категорія; 2) форма чи спосіб управління; 3) система форм і методів використання фінансових ресурсів [12, с. 113].

Проблема фінансування інноваційно орієнтованої економіки має складне підґрунтя, пов'язане з питанням стійкості фінансового сектору, вжиття нестандартних заходів підтримки та зміцнення впливу фінансових інститутів на інноваційний розвиток. Зростає нормативно роль інституці-

онального напрямку різних версій, шкіл та течій фінансово-економічного спрямування цієї теорії. Зростання інтересу науковців до положень інституціоналізму обумовлено загостренням конкурентної боротьби у світовому економічному просторі, підвищенням значення інноваційної складової конкурентоспроможності національних економік.

Згідно з положеннями інституційної теорії використання інструментів фінансового регулювання та управління економічними процесами (зокрема, інноваційним розвитком) досягає своєї найвищої результативності за умов чіткого розуміння та сприйняття до дії контексту відносин між суспільством та особистістю, а також окремих функцій, що виконуються ними. Таких поглядів дотримуються як представники традиційного, або класичного, напрямку досліджень (Т. Веблен, Дж. Коммонс, В. Міттсель, Я. Тінбернс та ін.), так і чисельні послідовники інституціоналізму (Дж. Акерлоф, Г. Беккер, Р. Буає, Е. Бруссо, О.Бланкар, О.Вільямсон, Р. Коуз, Дж. Стігліц та ін.) [13, с. 135].

Прорахунки в макроекономічній політиці, структурних пріоритетах негативно впливають на фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності. Зокрема, зосередження уваги органів державного управління на розрахунках з паливно-енергетичним комплексом (ПЕК) висуває останній як фактичний структурний пріоритет, на користь якого перерозподіляються вкрай дефіцитні в українській економіці грошові ресурси, що обмежує можливості державного фінансування фундаментальних досліджень як початкової стадії інноваційного процесу. Звужуються і можливості підприємницького сектору в інвестуванні перспективних інноваційних проектів. Рівень державного фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності залишається, на наш погляд, вкрай незадовільним і вимагає з урахуванням кризового стану науки збільшення принаймні у 4–5 разів. Підґрунтям цього може бути формування грошової бази під бюджетні задачі розвитку науки та активізації інноваційної діяльності підприємств [15, с. 76].

Доцільно створити регулятивні та стимулюючі механізми для активізації участі інститутів венчурного фінансування шляхом формування мережі інноваційних фондів різних моделей, а саме комерційних, некомерційних, державних, спільних з іноземними інвесторами. Активізація вирішення питань фінансування венчурного бізнесу через інноваційні фонди сприятиме поживленню участі комерційних банків у довгостроковому кредитуванні і безпосереднього фінансування інноваційно-інвестиційних проектів. Разом із заходами грошово-кредитної політики, спрямованими на зростання попиту з боку підприємств і населення на інноваційні технології і продукцію, підвищення рівня капіталізації банківських та інших фінансово-кредитних інститутів, це буде сприяти зміцненню

усієї фінансової системи, позитивно впливатиме на розвиток іноземного інвестування інноваційних проєктів.

Критично низький рівень фінансування науки і освіти блокує мотивацію науковців і винахідників до науково-технічної діяльності, породжує недовіру суспільства до корисності їх участі в інноваційній діяльності. Зміна такого становища потребує посилення участі держави у створенні проблемно орієнтованої узгодженої системи освіти, науки, інноваційної інфраструктури, інституційного середовища для бізнесу, стимулюючих заходів до створення та ринкового освоєння нових технологій та продукції.

При цьому діяльність держави як найбільш впливового інституту повинна здійснюватися, на наш погляд, за двома взаємодоповнюючими сценаріями:

1) цілеспрямування на вирішення завдань забезпечення прогресивних структурних зрушень в економіці, зміни співвідношення між технологічними укладами; використання для цього низки інструментів державного регулювання, а саме науково-технічного прогнозування, розробки державних науково-технічних програм, які включають планові завдання державним установам та державні замовлення недержавним бізнесовим структурам на взаємовигідних умовах;

2) створення оптимального механізму поєднання ринкових і державних важелів впливу на інноваційні процеси; доцільна поступова відмова від функціонального підходу до вирішення проблем розвитку високих технологій як з боку пропозиції, так і з боку попиту, на чому наполягають дослідники [4, с. 40–41], а також перехід до програмно-цільового управління; об'єктивною основою для цього виступають зміни в характері виникнення високих технологій (дифузія знань та вмінь галузей, синтез програмного забезпечення засобів комунікативних взаємодій) та результати їх використання (міжгалузеві зрушення, формування нових можливостей застосування інноваційних технологій, приципово нових якостей інноваційної продукції).

Важливим аспектом узгодження державних і ринкових механізмів є відповідність організаційних структур інституційної підтримки та форм стимулювання основним організаційними структурами інноваційного процесу. Так, у США інституційну підтримку інноваційної діяльності здійснюють Адміністрація у справах малого бізнесу, Національний науковий фонд, Федеральні відомства, Національна мережа центрів впровадження нових технологій та інші організаційні структури. Застосовуються відомі форми стимулювання, такі як пільгове оподаткування, інвестиційний податковий кредит, пільговий режим амортизаційних відрахувань, субсидії, цільові асигнування з бюджету,

викреслення витрат на НДР із суми оподаткованого доходу. Послідовність та адресний характер форм стимулювання орієнтовані на підвищення ефективності діяльності мережі технологічного капіталу, технополісів, науково-технічних парків, квазаринкові форми організації корпорацій, малі інноваційні фірми, бізнес-інкубатори, науково-технологічні центри, спільні промислово-університетські дослідні центри, венчурні фірми [7].

Результатами взаємодії цих та інших елементів національної інноваційної системи є функціонування потужного інституційного середовища, сприятливих умов для диверсифікації джерел фінансування інновацій. На відміну від розвинених країн світу, характер дії владних структур в Україні щодо фінансування інновацій, регулювання процесу вітчизняного та іноземного інвестування, переважання адміністративного регулювання підприємницької діяльності, домінування у загальній кількості фінансових операцій тих, що базуються на особистих стосунках між представниками влади, керівництвом промислових компаній і банків, істотно блокують утворення сприятливого інституційного середовища для інноваційної діяльності.

У стратегічному плані політика фінансування інноваційно орієнтованої економіки повинна формувати довгострокове підґрунтя для підвищення конкурентних переваг суб'єктів господарювання. При цьому окремі дослідники наголошують на тій обставині, що в умовах ринкової економіки держава не наділена можливостями безпосереднього впливу навіть на діяльність галузей та підприємств державного сектору, де ця функція часто має обмежену форму прояву. Сутність політики держави в інноваційно-інвестиційній сфері полягає у спонуканні до розвитку високих технологій, розробки і впровадження інноваційних програм на рівні безпосередніх виробників, формуванні інституційного середовища інноваційно-технологічної діяльності [14].

Аналіз світової практики показує, що пряма підтримка державою рівня та інтенсивності інноваційних процесів в економіці розглядається як вирішальна умова її структурної перебудови. Саме завдяки їй можна досягти стабільних темпів економічного зростання та підтримувати їх. Наочно це видно на прикладі країн Південно-Східної Азії, особливо тих із них, які сьогодні займають провідні позиції у світовій економіці. Загалом для окремих країн регіону характерні різні підходи до розробки політики в галузі прямого кредитування національної економіки. Пряма кредитна підтримка галузей і сфер економіки, структурна перебудова яких розглядалась як національний пріоритет, на перших стадіях реформування економіки була характерною для багатьох країн цього регіону. Економіка деяких з них розвивалася швидкими темпами

(Республіка Корея, Сінгапур, Малайзія, Таїланд), прогрес інших був дещо скромнішим (Філіппіни, Індія, Пакистан). Японія і Корея на перших стадіях свого розвитку, Китай останніми роками активно використовували програми прямої кредитної підтримки окремих галузей і сфер економіки. Завдяки цьому згадані держави досягли найбільш високих темпів економічного зростання. Для порівняння слід відзначити, що на Філіппінах, де фінансова система суттєво лібералізована, а сфера прямої державної підтримки фінансовими ресурсами вкрай обмежена, процес розвитку економіки проходить не так успішно [7].

На відміну від розвинених країн світу, де науково-технологічний розвиток здійснюється на принципах ринкової системи господарювання, потужній нормативно-правовій базі, яка охороняє авторські права та інтелектуальну власність, в Україні поки що не створений законодавчий механізм використання і просування на зовнішні ринки нововведень. Недостатньо розвинений і ринок інтелектуальної продукції, практично відсутні спеціалісти з просування інновацій як специфічного товару, що блокує формування відповідного інституційного середовища.

Це вимагає також формування і проведення адекватної об'єктивним процесам інтеграції та глобалізації інноваційної політики в міжнародному вимірі. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності має стати стрижневою складовою не тільки внутрішньої, але й зовнішньої політики України, а також ґрунтуватись на реаліях внутрішнього та зовнішнього середовища. Зокрема, останнє стосується врахування інтенсифікації загального процесу інтернаціоналізації господарських, фінансово-економічних, наукових, технологічних та інших зв'язків сфер людської діяльності між країнами, що стало сьогодні визначальною рисою розвитку світового співтовариства та фактором посилення взаємозалежності національних та регіональних економічних систем [11; 16].

Вжиття заходів інноваційної політики держави щодо інноваційної реструктуризації економіки може бути прискорена за умов раціонального використання факторів інтеграції та глобалізації за такими основними напрямками: інтеграція в міжнародний науково-технологічний простір, зокрема у простір країн Євросоюзу, можливість такої інтеграції дає укладена Україною Угода з ЄС про наукове і технологічне співробітництво; інтеграція у глобальні технологічні ланцюги через міжнародний трансфер передових технологій шляхом надання спеціального правового режиму пільгового оподаткування виготовленої інноваційної продукції за інвестиційно-інноваційними проектами, які реалізуються у спеціальних (вільних) економічних зонах, територіях пріоритетного розвитку, технологічних парках; сприяння станов-

ленню ефективно працюючих у сфері інноваційної діяльності транснаціональних вертикально-інтегрованих структур як ФПГ на галузевому рівні та горизонтально-інтегрованих структур як промислових кластерів на регіональному рівні, які мають стати центрами міжнародного трансферу передових технологій, а також залучення інвестицій та венчурного капіталу тощо [15, с. 76].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, для успішної реалізації політики державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності варто створювати спеціальні території пріоритетного розвитку, де запроваджується спеціальний режим інвестиційно-інноваційної діяльності з метою освоєння випуску нових видів інноваційної продукції, організації високотехнологічних виробництв та створення нових робочих місць; науково-технічні зони, де діє офіційний правовий режим, орієнтований на розвиток наукового і виробничого потенціалу країни шляхом стимулювання фундаментальних досліджень з подальшим впровадженням інновацій у виробництво. Крім того, варто реалізувати механізми позабюджетного стимулювання науково-технічного прогресу, передусім механізми довгострокового кредитування через інструменти рефінансування комерційних банків, створення для цього банку реконструкції та розвитку, а також іпотечної банківської установи [5].

У сучасних умовах економічна влада повинна запровадити ефективну інноваційну політику розвитку, що надаватиме підтримку розвитку інноваційної діяльності як на галузевому і регіональному рівнях, так і на рівні держави загалом. Метою економічної влади є сприяння будь-якому відкриттю і втіленню інновації, початку інноваційного підприємництва. Тому важливим елементом формування інноваційної економіки є створення нового економічного механізму, що забезпечить стимулюючий вплив на інтеграцію науки, освіти, виробництва, бізнесу та суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонюк Л., Поручник А., Савчук В. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація: монографія. Київ: КНЕУ, 2003. 394 с.
2. Варналій З., Гармашова О. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення: монографія. Київ: Знання України, 2013. 387 с.
3. Гальчинський А., Геєць В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ: монографія. Київ: Знання України, 2012. 336 с.
4. Геєць В., Семиноженко В. Інноваційні перспективи України: монографія. Харків: Константа, 2006. 272 с.
5. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV. URL: zakon.rada.gov.ua.
7. Иванова Н. Национальные инновационные системы: монография. – Москва: Наука, 2012. 276 с.
8. Инновационные перспективы США, ЕС, Японии (технологические приоритеты и методология формирования): монография / отв. ред. А. Дынкин. Москва: ИМЭМО РАН, 2013. 345 с.
9. Інноваційна політика: навчальний посібник / за заг. ред. Б. Андрушківа. Тернопіль: ТЗОВ «Терно-Граф», 2012. 234 с.
10. Інноваційний розвиток економіки: процеси та явища: монографія / за ред. В. Швеця, М. Пашкевич. Дніпропетровськ: НГУ, 2013. 612 с.
11. Сиденко В. Глобализация и экономическое развитие: монография. Киев: Феникс, 2008. Т. 1. 376 с.
12. Сизоненко В. Формування і розвиток національної системи підприємництва: теоретико-методологічні аспекти і механізми їх реалізації: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2004. 229 с.
13. Стратегії високотехнологічного розвитку в умовах глобалізації: національний та корпоративний аспекти: монографія / за ред. Н. Мешко. Донецьк: Юго-Восток, 2012. 472 с.
14. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. URL: http://kno.rada.gov.ua/control/uk/publish/article?Art_id=47920.
15. Трансформація інноваційного потенціалу України в умовах інтеграції у світову економіку: монографія / за ред. В. Крамаренко, А. Рум'янцева. Сімферополь: ТНУ ім. В.І. Вернадського, ДІАЙПІ, 2013. 390 с.
16. Шмелев Н., Шенаев В., Володин Л. Основные особенности современного экономического развития стран Западной Европы: монография. Москва: ОГНИ ТД, 2012. 354 с.

ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФЕРТНОЇ ПОЛІТИКИ ТНК

TRANSFER PRICING AS INSTRUMENT OF TRANSFER POLICY OF TNC

З огляду на складність та важливість питання трансфертного ціноутворення у статті автором розглянуто методи формування трансфертної ціни, визначено альтернативні підходи до аналізу контрольованих операцій, проаналізовано вплив внутрішньогрупових транзакцій на результати фінансової діяльності компанії, які залучаються до здійснення трансфертних операцій. Трансфертні ціни не тільки впливають на рентабельність компанії, але й викривляють макроекономічні показники. В умовах стрімкого розвитку інформаційної економіки саме нематеріальні активи та фінансові ризики є ключовими елементами міжнародної торгівлі. У статті визначено, що традиційні методи не є релевантними в дослідженні цього питання. Тому відкритим залишається питання альтернативних методів оцінки трансфертних операцій ТНК щодо здійснення контрольованих операцій за некоректним цінами.

Ключові слова: трансфертне ціноутворення, принцип «витягнутої руки», регулювання трансфертного ціноутворення, трансфертні операції, трансфертна політика ТНК.

С учетом сложности и важности вопроса трансфертного ценообразования в статье автором рассмотрены методы формирования трансфертной цены, определены альтернативные подходы к анализу контролируемых операций, проанализировано влияние внутреннегрупповых транзакций на результаты финансовой деятельности компаний, привлекаемых к осуществлению трансфертных операций. Трансфертные цены не только влияют на рентабельность компании, но и искажают макроэкономиче-

ские показатели. В условиях стремительного развития информационной экономики именно нематериальные активы и финансовые риски являются ключевыми элементами международной торговли. В статье определено, что традиционные методы не являются релевантными в исследовании этого вопроса. Поэтому открытым остается вопрос альтернативных методов оценки трансфертных операций ТНК касательно осуществления контролируемых операций по некорректным ценам.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, принцип «вытянутой руки», регулирование трансфертного ценообразования, трансфертные операции, трансфертная политика ТНК.

Given the complexity and importance of transfer pricing issue, in this article the author examines the methods of formation of transfer prices, identifies alternative approaches to the analysis of controlled transactions, analyzes the impact of intra-group transactions on the financial performance of companies involved in the implementation of transfer transactions. Transfer prices not only affect the profitability of the company, but also distort macroeconomic performance. In the context of the rapid development of digital economy, intangible assets and financial risks are key elements of international trade. The article states that traditional methods are not relevant in the study of this issue. Therefore, the issue of alternative methods for assessing TNCs' transfer operations for the purpose of controlling operations at improper prices remains open.

Key words: transfer pricing, arm's length principle, regulation of transfer pricing, transfer operations, transfer policy of TNCs.

УДК 338:5

Васюк Є.А.

асистент кафедри міжнародних
фінансів

Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Постановка проблеми. Трансфертне ціноутворення стало нагальним питанням для транснаціональних корпорацій та фіскальних органів. Остання фінансова та економічна криза спонукала передові економіки до вирішення проблеми розмивання податкової бази та переміщення прибутків. Можливість міжнародного обміну інформацією, прийняття низки регуляторних конвенцій та ініціатив дали можливість національним фіскальним службам систематизувати та оцінити щодо податкової мінімізації операції, які здійснюються транснаціональними корпораціями всередині групи. Країни з перехідними економіками та ті, що розвиваються, вносять зміни до законодавчих норм, беручи участь у загальносвітових процесах. Тому сьогодні важливо дослідити сутність процесу трансфертного ціноутворення як інструмента трансфертної політики транснаціональних корпорацій та його впливу на представлення результатів фінансової діяльності останніх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковцями трансфертне ціноутворення розглядається у двох аспектах. Перший – це внутрішньофірмовий, за яким трансфертне ціноутворення є досить ефективним інструментом планування й управління, оскільки дає змогу забезпечити збільшення фінансових результатів корпорації загалом. Другий – податковий, який значною мірою є наслідком першого, однак відображає вплив на податкову базу країни, а тому стає об'єктом вивчення з метою контролю на загальнодержавному рівні. А. Касич, розглядаючи проблематику трансфертного ціноутворення, здійснив аналіз мотивів суб'єктів трансфертного ціноутворення, а також функцій трансфертних цін для вияву конфлікту інтересів під час трансфертного ціноутворення [4]. М. Мішин проілюстрував історію здійснення нормативного регулювання трансфертного ціноутворення в окремих країнах і на міжнародному рівні, впровадження цього інституту до законодавства

України та його окремі проблеми [6]. О. Черевко розкрила особливості побудови системи трансфертного ціноутворення, фактичного її використання в українських і зарубіжних компаніях, а також основних методів, мотивів та цілей її застосування [8]. Роботи розглянутих авторів розкривають сутність та характеристику поняття, однак не відображують механізм впливу трансфертного ціноутворення на фінансову звітність транснаціональних корпорацій та національні рахунки країн базування їх дочірніх компаній.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні місця трансфертного ціноутворення у структурі трансфертної політики ТНК. У статті поставлено такі завдання: розкрити механізм дії принципу «вितягнутої руки» та його значення в аналізі трансфертних операцій; проаналізувати методи трансфертного ціноутворення та визначити умови їх використання; охарактеризувати ступінь впливу трансфертного ціноутворення, яке виходить за межі дії принципу «витягнутої руки», на величину податків до сплати та фінансові рахунки корпорацій; зосередити увагу на питанні дії трансфертного ціноутворення як механізму трансфертної політики ТНК та його впливу на фінансову звітність компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Транснаціональні корпорації здійснюють низку операцій з переміщення матеріальних активів та об'єктів інтелектуальної власності, вартісна складова яких потребує належного оподаткування. Ціну трансферу товарів та послуг в середні групи складно оцінити, а іноді навіть неможливо, оскільки в умовах інформаційної економіки продукт є унікальним. Маємо справу з трансфертним ціноутворенням (ТЦО), що є сукупністю методів зі встановлення відповідності між незалежними ринковими цінами та цінами операцій між пов'язаними особами, метою яких є державне регулювання оподаткування отриманих транснаціональними структурами прибутків.

Регулювання трансфертного ціноутворення на міжнародному рівні базується на Керівництві ОЕСР з трансфертного ціноутворення для транснаціональних корпорацій і податкових органів (далі – Керівництво ОЕСР), вперше випущеному у 1995 році. Останній реліз цього правового акта відбувся 10 липня 2017 року [11], де незмінними залишаються питання дії принципу «витягнутої руки» та оцінки транскордонних операцій між пов'язаними особами. Серед нових положень варто відзначити зміни в підготовці документації щодо трансфертного ціноутворення, переліку факторів для аналізу операцій стосовно їх коректності, особливостях здійснення внутрішньогрупових операцій з надання послуг та процесів купівлі-продажу нематеріальних активів загалом.

Трансферні ціни є важливим елементом як для платників податків, так і для фіскальних служб. Річ в тім, що традиційно торгові операції на світовому ринку здійснюються через дочірні (пов'язані, контрольовані) компанії. Таке структурування здійснюється або з метою монетизації прибутку власником (зазвичай це компанії, створені в низькоподаткових юрисдикціях), або з метою накопичення чи реінвестування коштів, або для кредитування власного бізнесу, створеного в іншій юрисдикції (компанії, створені в юрисдикціях із надійною репутацією та ефективними банками) [3, с. 48]. Під час взаємодії асоційованих підприємств між собою мають місце такі негативні явища, як маніпулювання прибутками та недоотримання бюджетами відповідних країн значних коштів. Світове співтовариство розробило систему для запобігання, виявлення та усунення таких явищ, основу якої становить принцип «витягнутої руки».

Принцип «витягнутої руки» полягає в тому, що в разі здійснення комерційних або фінансових операцій між пов'язаними особами на умовах, що відрізняються від умов здійснення аналогічних операцій між непов'язаними особами, прибуток, який в результаті таких операцій міг би виникнути, але не виникнув, має бути оподаткованим [5, с. 19–20]. Він є основним стандартом контролю за трансфертним ціноутворенням і не суперечить підходу, згідно з яким члени груп взаємозалежних (пов'язаних) підприємств розглядаються як окремі суб'єкти господарювання, а не як невід'ємні структури одного об'єднаного суб'єкта господарювання. Такий підхід дає змогу розглядати членів групи пов'язаних суб'єктів господарювання незалежно один від одного та порівнювати умови, що склалися в контрольованих операціях між ними, з умовами порівняних неконтрольованих операцій.

Згідно з принципом «витягнутої руки» ймовірно викривлення у розподіленні економічних вигід між взаємозалежними сторонами операції не мають впливати на податкові зобов'язання сторін, а податкові наслідки економічної діяльності мають визначатися на підставі її об'єктивного економічного змісту. Інакше доходи (виручка, прибуток), які внаслідок відхилення у ціні не отримано взаємозалежними сторонами операції, враховуються з метою оподаткування таких сторін.

Для того щоб встановити рівень фактичної порівнянності і потім внести відповідні зміни у визначення умов «витягнутої руки», необхідно порівняти характеристики операцій або особливості діяльності підприємств, які могли б вплинути на умови застосування цього принципу. До таких характеристик або «фактів порівнянності», які можуть бути важливими під час визначення порівнянності, відносять характеристики майна або послуг, функції, які виконують сторони (з урахуванням активів, що використовуються, та взятих на

себе ризиків), умови контрактів, економічні обставини сторін та їх виробничі стратегічні цілі (стратегія ведення бізнесу).

Ключовим елементом системи трансфертного ціноутворення є методика розрахунку трансфертної ціни. Методи трансфертного ціноутворення прийнято розділяти на ті, що рекомендовані ОЕСР (табл. 1), та альтернативні підходи [8, с. 93]. Ніякої ієрархії у виборі методів не існує. Найбільш прийнятний метод повинен бути використаний з урахуванням фактів та умов здійснення контрольованих операцій. Аналітик повинен брати до уваги тип транзакції, функціональний аналіз, фактори впливу на наявність подібних неконтрольованих операцій.

Питанню сутності, методики розрахунку, переваг та недоліків методів трансфертного ціноутворення присвячувалась левова частка наукових досліджень, тому приділимо увагу умовам, за яких використовується той чи інший метод. Коли є можливість знайти порівняльну неконтрольовану операцію, найбільш релевантним є одиниєвий метод. Купівля-продаж товарів/послуг та фінансові операції у вигляді надання коштів у борг оцінюються за допомогою наявної публічної інформації про ринкові ціни та відсоткові ставки, а також за умови раніше здійснених операцій. Крім того, його можна використовувати під час визначення правильності розміру технологічних платежів. Метод ціни перепродажу більше підходить для продажів та маркетингових операцій, в

які більшою мірою залучаються дистриб'ютори. Витратний метод оцінює весь спектр витрат на здійснення операції, однак є неприйнятним, коли дані операції несуть незвичайні ризики, що неможливо оцінити за допомогою даного методу. Метод чистого прибутку використовується, зокрема, за відсутності або недостатності інформації, на підставі якої можна обґрунтовано зробити висновок про достатній рівень зіставлення комерційних та/або фінансових умов контрольованої та зіставних операцій під час використання інших методів [7, с. 107]. Найбільш популярним методом є TNMM для застосування під час надання послуг підрозділами компанії, які не несуть значних ризиків у даних операціях, наприклад управління складськими приміщеннями [9, с. 172]. Також його використовують за відсутності достатньої впевненості у зіставленні бухгалтерського обліку компаній.

Методи визначення ринкової ціни для цілей оподаткування, рекомендовані до застосування Керівництвом ОЕСР, використовуються в повному обсязі в законодавствах таких держав, як Австралія, Австрія, Бельгія, Угорщина, Німеччина, Данія, Ірландія, Італія, Канада, Люксембург, Нідерланди, Норвегія, Польща, Сполучене Королівство, Фінляндія, Франція, Чехія, Швейцарія, Швеція, Естонія, а також в законодавствах більшості держав – спостерігачів ОЕСР (Аргентина, Малайзія, Китай, Сінгапур, ПАР) [1, с. 87–89]. Однак сьогодні низка країн не має законодавчої бази щодо регулювання трансфертного ціноутворення, серед яких слід

Таблиця 1

Методи трансфертного ціноутворення, рекомендовані ОЕСР

	Метод ТЦО	Рівень необхідного порівняння	Підхід до визначення трансфертної ціни	Характеристика
Традиційні транзакційні методи (Traditional transaction methods)	Метод порівняльної неконтрольованої ціни (Comparable uncontrolled price method, CUP)	Дуже високий	Порівняння цін	Складний в розрахунках, але пріоритетний для оцінки товарів, послуг, кредитів, роялті.
	Метод ціни подальшої реалізації (Resale price method, RM)	Високий	Порівняння валової маржі	Є найбільш прийнятним для використання компаніями, що виконують дистриб'юторські функції. Не підходить для оцінки нематеріальних активів.
	Витратний метод (Cost plus method, CPM)	Високий	Порівняння валової маржі	Охоплює широкий спектр витрат на проведення контрольованих операцій. Не підходить для оцінки нематеріальних активів.
Методи, засновані на аналізі рентабельності (Transactional profit methods)	Метод порівняльної рентабельності (Transactional net margin method, TNMM)	Середній	Порівняння чистої маржі	Застосовується в разі неможливості використання витратного методу. Більшого значення набуває функціональне порівняння.
	Метод розподілу прибутку (Profit split method, PSM)	Середній	Порівняння чистої маржі	Націлений на порівняння специфічних чи унікальних умов здійснення операцій. Використовується для оцінки нематеріальних активів.

Джерело: розроблено авторами за даними [4; 7; 9–10]

назвати Білорусію, Багамські острови, Камбоджу, Каймани, Казахстан, Кювет, Македонію, Молдову та Об'єднані Арабські Емірати [12]. Це можна пояснити тим, що деякі країн або позиціонують себе як «податкові гавані», де можна розташувати дочірні компанії як посередника між операціями купівлі-продажу і трансфертних операцій, або зовсім не потребують подібного роду змін.

Загалом майже всі методи (крім PSM методу) не призначені для оцінки нематеріальних активів, що значно ускладнює роботу аналітиків. В рейтингах найбільш прибуткових корпорацій лідируючі позиції займають високотехнологічні гіганти, де трансфер технологій та інтелектуальної власності є звичною справою. Тому науковці останнім часом більшу увагу приділяють альтернативним. Так, в Австралії податкова служба пропонує застосовувати такі методи, як дисконтування майбутніх вигід від використання нематеріального активу на основі прогнозів його доходності; установлення вартості заміни нематеріального активу; застосування історичних витрат, хоча зв'язку ринкової ціни нематеріального активу з витратами на його створення може й не бути [10, с. 92]. До альтернативних також відносять метод подвійного ціноутворення, який ґрунтується на поєднанні таких двох методів визначення ціни, як ринкові ціни та витрати всередині компанії [8, с. 93]. Останнім часом все більшої переваги віддають методам, пов'язаним з математичним моделюванням, де трансфертна ціна розглядається як змінна величина, що залежить від умов та ризиків, які несуть трансфертні операції.

З точки зору транснаціональних корпорацій трансфертне ціноутворення впливає на грошовий потік останніх (наприклад, збільшення фіскальними службами податку на прибуток зменшує

кількість вільних ресурсів компанії), інвестиційні рішення (наприклад, часті зміни національного законодавства стосовно трансфертного ціноутворення спонукають менеджмент компаній до виведення активів за межі цієї країни) та на ключові показники діяльності (наприклад, ставка корпоративного податку безпосередньо впливає на доходи акціонерів). Крім того, без трансфертного ціноутворення транскордонні операції між пов'язаними особами приводять до подвійного оподаткування, що негативно відображається на прибутках.

З боку державних органів трансфертне ціноутворення, яке виходить за межі дії принципу «витагнутої руки», впливає на величину податків до сплати та фінансові рахунки корпорацій, а також національні рахунки країн. Наприклад, маємо дві пов'язані компанії, які розташовані в країнах з різними номінальними податковими ставками (ті, що прописані в податковому законодавстві). Компанія X знаходиться в Країні X з дійсною ставкою податку в 15%, тоді як її філія, Компанія Y, знаходиться в Країні Y з дійсною ставкою податку в 40%. Компанія Y продає товари Компанії X за 300 у. о., які можна продати непов'язаній особі за 200 у. о. В результаті цієї трансакції продажі в Компанії Y та закупки Компанії X переоцінені на 100 у. о. В національних рахунках подібні операції спричиняють переоцінку показників доданої вартості в Країні Y та недооцінку в Країні X (рис. 1).

Приклад показує те, як трансфертне ціноутворення як механізм переміщення прибутків та розмивання податкової бази може викривляти величину ВВП. Лише в деяких країнах національні статистичні служби здатні частково корегувати свої макроекономічні показники, залишаючи питання трансферу та платежів по об'єктах інтелектуальної власності.

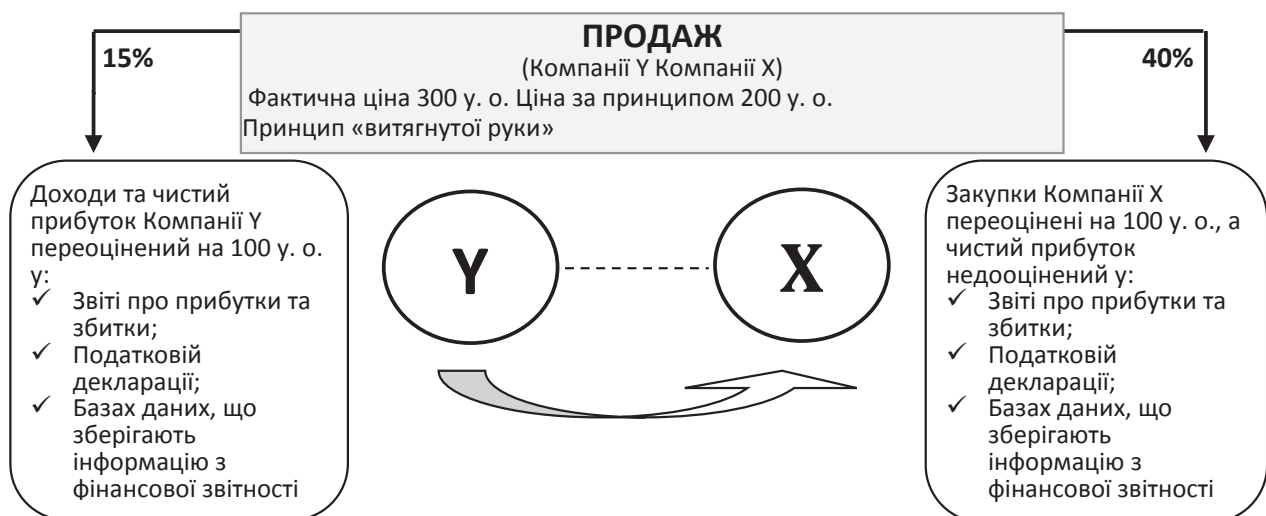


Рис. 1. Приклад впливу трансфертного ціноутворення, яке виходить за межі дії принципу «витагнутої руки»

Джерело: розроблено авторами

Схеми трансфертного ціноутворення між пов'язаними особами дуже часто дають змогу оптимізувати податкове навантаження, надаючи стимул розвитку певним підприємствам і галузям. Однак не слід трансфертне ціноутворення пов'язувати лише з діяльністю великих транснаціональних корпорацій. Цей механізм мінімізації податкових платежів та міжнародного поділу капіталів став широко використовуватися навіть невеликими учасниками міжнародних відносин, які створюють за кордоном свої філії чи представництва та використовують їх як учасників трансфертних операцій. Саме така діяльність стала характерною для багатьох українських суб'єктів міжнародної діяльності, що особливо актуалізує дослідження проблеми трансфертного ціноутворення.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз теоретичних і прикладних досліджень підтверджує, що існує проблема адекватних підходів до трансфертного ціноутворення, яке виступає одночасно міжнародною податковою стратегією та інструментом максимізації прибутковості ТНК. Стратегічним завданням є розроблення методичних аспектів формування трансфертних цін та організаційних схем застосування трансфертного ціноутворення. Використання того чи іншого методу формування трансфертних цін є складовим елементом стратегії компанії залежно від її фінансового стану, ринкової кон'юнктури та інших чинників. Існують п'ять основних методів трансфертного ціноутворення, рекомендованих ОЕСР до застосування. Кожен із цих методів передбачає певну сферу діяльності компанії або ж специфіку здійснюваних операцій. Застосування методів трансфертного ціноутворення передбачає певну «природну ієрархію», яка, однак, на міжнародному рівні не є закріпленою. Задля мінімізації податкового навантаження трансфертне ціноутворення виходить за межі дії принципу «витагнутої руки», нівелюючи при цьому достовірність макроекономічних показників та фінансової статистики.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є підвищення якості податкового законодавства, що регулює трансфертне ціноутворення,

шляхи його уточнення та усунення протиріч з іншими нормативно-правовими актами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алексєєва А., Ігнатенко Т. Трансфертне ціноутворення як механізм податкового контролю. Вісник КНТЕУ. 2014. № 3 (95). С. 85–95.
2. Дзюба П. Трансфертне ціноутворення в транснаціональних корпораціях: концептуальний підхід. Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. 2003. № 9. С. 39–43.
3. Єфімов О. Трансфертні ціни: податковий контроль та відповідальність. Бухгалтерія. Право. Податки. Консультації. 2014. № 12. С. 47–49.
4. Касич А., Петрик О., Гриненко Ю. Трансферне ціноутворення на підприємстві: проблеми та можливості використання. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 24. С. 19–23.
5. Кругляк В. Аспекти податкового контролю за визначенням цін у контрольованих операціях. Вісник. Право знати все про податки і збори. 2015. № 13 (821). С. 18–23.
6. Мішин М. Світові тенденції трансфертного ціноутворення. Вісник. Право знати все про податки і збори. 2015. № 45. С. 32–36.
7. Свідерська І., Волошанюк Н. Трансфертне ціноутворення як інструмент фінансового контролінгу: проблематика практичного використання. Фінанси України. 2014. № 8. С. 97–111.
8. Черевко О. Трансфертне ціноутворення: теоретичні аспекти та практичне застосування. Економіка і регіон. 2014. № 2. С. 91–96.
9. Чукліна О. Методи трансфертного ціноутворення: переваги, недоліки та ієрархія застосування. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2013. № 5–6 (70–71). С. 170–175.
10. Самарина Э. Актуальные вопросы применения различных методов трансфертного ценообразования. Вестник Финансового университета (экономика, финансы, право). 2014. № 5 (83). С. 84–92.
11. OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations. July 2017/OECD. URL: <http://www.oecd.org/tax/transfer-pricing/oecd-transfer-pricing-guidelines-for-multinational-enterprises-and-tax-administrations-20769717.htm>.
12. Global Transfer Pricing Review / KPMG. 2016. URL: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2016/11/global-transfer-pricing-review.pdf>.

ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ
В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИGLOBAL VALUE CHAINS IN THE CONTEXT
OF ECONOMIC INTEGRATION OF UKRAINE

Стаття присвячена дослідженню глобальних ланцюгів доданої вартості в контексті економічної інтеграції України. Представлено деякі аспекти торговельних відносин України з країнами ЄС та СНД, а також використання концепції глобальних ланцюгів доданої вартості для формування торговельної політики України. Автор виділяє позитивні і негативні ефекти залучення України у виробничі ланцюги.

Ключові слова: глобальні ланцюги доданої вартості, міжнародний поділ праці, економічна інтеграція, зона вільної торгівлі з ЄС, концепція Пан-Євро-Мед.

Статья посвящена исследованию глобальных цепей добавленной стоимости в контексте экономической интеграции Украины. Представлены некоторые аспекты торговых отношений Украины со странами ЕС и СНГ, а также использование концепции глобальных цепей добавленной стоимо-

сти для формирования торговой политики Украины. Автор выделяет положительные и отрицательные эффекты привлечения Украины в производственные цепи.

Ключевые слова: глобальные цепи добавленной стоимости, международное разделение труда, экономическая интеграция, зона свободной торговли с ЕС, концепция Пан-Евро-Мед.

The article highlights research of global chains of added value in the context of economic integration of Ukraine. The article also presents some aspects of Ukraine's trade relations with EU and CIS countries, as well as the use of the concept of global value chains for the development of Ukraine's trade policy. The author underlines positive and negative effects of Ukraine's involvement in production chains.

Key words: global value chains, international labor exchange, economic integration, free trade zone with the EU, Pan-Euro-Med concept.

УДК 339.942

Марущак Н.В.

к. е. н., м. н. с.

Інституту міжнародних відносин

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Посилення глобалізаційних процесів спричинило фундаментальні зміни у структурі світового товарного виробництва та міжнародної торгівлі. Характерною рисою сучасного етапу розвитку світового господарства є існування глобальних виробничих ланцюгів, які є міжнародною торгівлею проміжними товарами. Для кожної країни важливий рівень її участі в глобальному ланцюжку створення вартості. Нині більша частина товарів, які беруть участь у міжнародному обміні, виробляється у глобальних ланцюгах доданої вартості (ГЛДВ), а також є результатом діяльності виробничих підприємств декількох країн. За таких умов кожна окрема країна не формує повну вартість товару, а лише створює додану вартість на певному етапі виробничого процесу, тобто є окремою ланкою ГЛДВ. Концентрація окремих етапів чи ланок виробництва в різних країнах може суттєво скоротити витрати, а отже, значно підвищити рівень конкурентоспроможності продукції.

Проблема розширення економічного співробітництва України набуває особливої актуальності в контексті галузевої спеціалізації, кооперації і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності національної економіки. У зв'язку з цим значні перспективи для зростання експорту українських товарів відкриває участь у ланцюгах доданої вартості різних країн, зокрема країн ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Феномен глобальних ланцюгів створення вартості є відносно новим в економічній науці. Вперше поняття «ланцюг вартості» застосував М. Портер

у 1980-х рр. у рамках дослідження міжнародної конкурентоспроможності країн. Концепцію глобальних ланцюгів створення вартості вперше запропонував у 1994 р. Г. Джереффі, який активно розвивав її у своїх подальших працях. Окрім того, ГЛДВ досліджували у своїх наукових роботах такі іноземні вчені, як К. де Бекер, Р. Каплінські, Дж. Хамфрі. У вітчизняній науці концепція ГЛДВ є недостатньо розробленою через свою відносну новизну. Так, проблему глобальних виробничих мереж та ланцюгів доданої вартості у своїх працях розглядали такі українські вчені, як, зокрема, І.Ю. Гужва, А.С. Філіпенко, О.І. Шнирков, О.В. Підчоса, І.В. Кравцова, С.В. Беренда. Вивченням особливостей створення та функціонування ГЛДВ займається низка провідних міжнародних організацій, серед яких перш за все слід назвати Світовий банк, Організацію економічного співробітництва та розвитку, Світову організацію торгівлі, Організацію ООН з промислового розвитку, а також Всесвітній економічний форум.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз можливостей економічної інтеграції та зовнішньоекономічного потенціалу України в контексті участі у глобальних ланцюгах доданої вартості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш активно міжнародні виробничі ланцюжки стали формуватися з другої половини 70-х рр. ХХ століття. Сьогоднішня територіальна організація міжнародного бізнесу, яка сформувалася під впливом трансформації міжнародного поділу праці, в якій чільне місце посідає подетальна спеціалізація, розвинула відносно нову форму між-

народної кооперації, а саме глобальні ланцюги доданої вартості, що значно впливає на процеси глобалізації, оскільки дає змогу включати у світовий відтворювальний процес нові ринки, країни, ТНК тощо. Особливе значення це має для країн, що розвиваються, зокрема України. Глобальні ланцюги доданої вартості виникли як стратегії, що об'єднують територіально розосереджені виробництва у єдиний ефективний комплекс на основі їх спеціалізації та компліментарності для виробництва певного кінцевого продукту чи послуги [1, с. 11].

Приблизно 80% світової торгівлі припадає саме на ланцюги поставок. Статистика СОТ свідчить про позитивну взаємозалежність між участю у глобальних ланцюгах і темпами економічного зростання, причому як для найбільш розвинених країн, так і для тих, що розвиваються. Згідно з оцінкою UNCTAD близько 28% світового експорту (близько 5 трлн. дол. США) становлять проміжні товари, які були кілька разів включені у вартість експорту на різних стадіях виробництва в різних країнах [5]. Ця проблема породжує нові, а саме неможливо оцінити реальні дисбаланси у торгівлі між країнами, реальний обмінний курс валют та здійснити реальну оцінку інших важливих індикаторів міжнародної торгівлі та інших аспектів міжнародних економічних відносин, тому існування глобальних виробничих мереж і ланцюгів постачань, коли у виробництві одного продукту беруть участь виробники з різних країн, потребує зміни методології визначення країни походження товару, товарних потоків та оцінки стану торгових балансів окремих країн [1, с. 12].

Отже, за М. Портером, ланцюг створення вартості – це послідовність дій, що виконують підприємства для розробки, виробництва, реалізації, поставки та обслуговування товарів [2, с. 51]. Він є частиною глобальної системи створення вартості, тобто комплексу дій, пов'язаних із формуванням вартості для кінцевого споживача незалежно від того, хто виконує ці дії. Дещо інший підхід до аналізу ланцюгів створення вартості пропонує теорія трансакційних витрат. Так, засновники цієї теорії, а саме Р. Коуз та О. Уільямсон, необхідність розподілу світового виробничого процесу (як цілісного ланцюга) на окремі ланки пояснювали можливістю усунення зайвих трансакційних витрат, які виникають під час взаємодії агентів на ринку. На їхню думку, перегляд структури витрат дає змогу зменшити їх обсяг на окремих етапах виробничого процесу. Недоліком цієї теорії є те, що вона не враховує відмінності в управлінні підприємствами в різних країнах, стадії життєвого циклу галузей та ступінь інтегрованості підприємств, які тією чи іншою мірою впливають на розмір витрат у процесі виробничої діяльності. Згідно з теорією фрагментації виробництва яскравим представником якої є

С. Арндт, ланцюг доданої вартості – це сукупність послідовних дій, під час яких відбуваються розподіл глобального виробничого процесу відповідно до ключових компетенцій окремих суб'єктів ланцюга та подальше перетворення наявних технологій і ресурсів на кінцевий продукт [2, с. 52].

Глобальний ланцюг доданої вартості – це послідовність взаємопов'язаних видів діяльності зі створення доданої вартості, розташованих принаймні на двох континентах або в межах двох торгових блоків, що забезпечують виробництво товару чи послуги, починаючи з ідеї щодо їх створення та закінчуючи доставкою до кінцевого споживача [3, с. 40]. ГЛДВ є складним утворенням, основу якого складає значна кількість компаній, кожна з яких відповідає за окремий вид економічної діяльності. Концепція ГЛДВ, що базується на понятті доданої вартості, дає змогу досліджувати галузі світової економіки, вивчаючи їх структуру та динаміку участі в них різних акторів, залучених до виробничого процесу [3, с. 41].

Інтенсифікація інтеграційних процесів у світовому виробництві обумовлює необхідність інтеграції промислових підприємств нашої країни у ГЛДВ. Виробнича кооперація національних підприємств з іноземними дасть змогу трансформувати їх у нові структури, а саме глобальні виробничі мережі (ГВМ), які можуть включати один або декілька пов'язаних між собою глобальних ланцюгів доданої вартості. На такі структури, згідно з прогнозами різних світових організацій, до 2020 р. припадатиме більш 60% світового виробництва промислової продукції [2].

Дослідження ГЛДВ у будь-якій галузі передбачає аналіз таких елементів:

- структура системи «витрати – випуск», що описує процес перетворення сировинних матеріалів на кінцеві продукти;
- географічні особливості розподілу процесів у рамках ГЛДВ;
- управлінська структура, що показує, як здійснюються контроль та управління ГЛСВ;
- інституційне середовище, в якому перебуває ГЛДВ [3, с. 41].

Аналіз участі країни у ГЛДВ передбачає передусім визначення рівня залучення країни до вертикально фрагментованого виробництва. Отже, індекс участі у ГЛДВ є індексом, що базується на двох показниках, таких як частка вартості, доданої за кордоном, в експорті та частка вітчизняної доданої вартості в експорті третіх країн, надаючи більш повне уявлення про залучення країни у функціонування ГЛДВ [3, с. 42]. На відміну від показника імпортової складової експорту, цей індикатор також бере до уваги процеси, що відбуваються «згори вниз», а також враховує те, як товари та послуги, вироблені у вітчизняній економіці, в подальшому використовуються в інших країнах.

Глобальні ланцюги доданої вартості стали найважливішою складовою світової економіки. З урахуванням різноманітних потреб і стану економіки Україні потрібна комплексна стратегія цілеспрямованого розвитку ГЛДВ за участю вітчизняних товаровиробників. Ця стратегія вкрай важлива для розв'язання завдань щодо поглиблення регіональної економічної інтеграції в контексті ЄС та з іншими країнами в рамках двосторонніх і багатосторонніх торгово-економічних угод.

Створення Глобальної всеохоплюючої зони вільної торгівлі з ЄС (ГВЗВТ) передбачає майже повне скасування тарифів на торгівлю товарами, широку лібералізацію для розширення доступу

на європейські ринки для постачальників послуг, а також посилений захист для іноземних інвесторів і лібералізації руху капіталу. Це означає повне відкриття економіки України для конкуренції з боку потужних європейських транснаціональних корпорацій, коли вітчизняна економіка України перебуває в стані рецесії. Більшість ключових галузі в Україні, зокрема промислове виробництво, традиційно орієнтовані на експорт в Росію та інші держави Євразійського митного союзу на основі російських стандартів виробництва. Ці сектори економіки змінюватимуть ринки збуту, щоб переорієнтуватися на експорт в ЄС. Вітчизняна економіка загалом страждає від кризи в інноваційному

Таблиця 1

**Торгівля товарами Україна – ЄС у січні-грудні 2016 р. у розрізі розділів
Комбінованої номенклатури [4; 6, с. 18]**

Розділи Комбінованої номенклатури	Експорт до ЄС, тис. дол. США			Імпорт в Україну, тис. дол. США		
	Січень-грудень 2016 р.	2016/2015, %	% від загального обсягу	Січень-грудень 2016 р.	2016/2015, %	% від загального обсягу
Групи 1–3 (живі тварини, продукти тваринного походження)	144 203,9	118,1	1,2	247 559,1	59,9	1,8
Групи 6–14 (продукти рослинного походження)	2 130 844,0	79,2	18,2	373 524,8	54,0	2,7
Група 15 (жири та олії тваринного або рослинного походження тощо)	571 661,7	77,1	4,9	43 559,9	65,4	0,3
Групи 16–24 (готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої тощо)	674 434,8	83,7	5,8	699 194,0	64,9	5,0
Групи 25–27 (мінеральні продукти)	1 377 704,3	52,9	11,8	3 292 042,3	95,9	23,5
Групи 28–38 (продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості)	384 972,4	59,8	3,3	2 407 592,8	69,5	17,2
Групи 39–40 (полімерні матеріали, пластмаси)	86 742,8	96,2	0,7	1 184 011,2	75,2	8,5
Групи 44–46 (деревина і вироби з деревини тощо)	658 205,7	94,7	5,6	92 310,0	46,3	0,7
Групи 47–49 (маса з деревини або з інших волокнистих целюлозних матеріалів)	51 476,9	101,3	0,4	524 676,9	70,8	3,7
Групи 50–63 (текстиль та вироби з текстилю)	458 832,9	83,8	3,9	480 901,0	82,4	3,4
Групи 68–70 (вироби з каменю тощо)	99 648,3	123,4	0,9	172 894,3	62,1	1,2
Групи 72–83 (недорого цінні метали та вироби з них)	2 844 358,9	69,1	24,3	713 954,1	67,0	5,1
Групи 84–85 (механічне обладнання; машини та механізми тощо)	1 624 481,1	84,7	13,9	2 363 241,6	69,9	16,9
Групи 86–89 (транспортні засоби, устаткування та пристрої, пов'язані з транспортом)	86 315,9	76,4	0,7	790 944,9	68,9	5,6
Групи 90–92 (прилади та апарати оптичні тощо)	33 745,0	77,9	0,3	177 190,9	67,5	1,3
Групи 94–96 (різні товари і вироби)	234 433,8	101,7	2,0	191 250,8	52,5	1,4

секторі і потребує термінове вливання капіталу для придбання нових технологій і модернізації наявної виробничої інфраструктури. Проте внутрішні перспективи інноваційного розвитку залишаються обмеженими через скорочення в галузі наукових досліджень і бюджетів розвитку.

Хоча експорт України складається переважно з високотехнологічних товарів, призначених для російського ринку, нова орієнтація на ЄС уже має такі наслідки, як зростання експорту сировини і сільськогосподарських товарів. Експорт в ЄС лише частково може компенсувати втрати експорту в країни колишнього Радянського Союзу через збільшення частки товарів з низькою доданою вартістю в необроблених товарах. Стан платіжного балансу погіршується, тоді як валовий зовнішній борг України збільшився з 88% у 2014 р. до 155% ВВП у 2016 р. [4].

Так само Угода про асоціацію може негативно вплинути на розвиток малого і середнього бізнесу (МСБ), що становить 99,8% усіх українських підприємств, а також працевлаштовує 67,8% населення. Цей сектор, в якому багато малих підприємств, що обслуговують виключно внутрішній ринок, буде конкурувати з напливом імпорту з країн ЄС. Без доступу до дешевого фінансування вони не зможуть адаптуватися до правил та стандартів ЄС.

Українська економіка є досить відкритою через наявний середній рівень тарифного захисту. Сприятливим є також наше географічне розташування. Тому угоди про зони вільної торгівлі – це наш інструмент для залучення інвестицій, можливість для наших компаній брати участь в цих глобальних і регіональних ланцюжках доданої вартості.

В табл. 1 наведено основні товарні групи експорту та імпорту України до та з ЄС. Було здійснено ранжування за основними товарними групами.

Дані, наведені у табл. 1, свідчать про те, що український експорт в країни ЄС слабо диверсифікований, близько 60% експорту припадає на виділені товарні групи.

Проаналізувавши дані, можемо зробити проміжні висновки: експорт країн ЄС до України більш диверсифікований, лідерами експорту є наукоємні товарні групи, вони традиційно мають високу додану вартість, тобто йдеться про інвестиційний імпорт [6, с. 19]. Впродовж 2014–2015 рр. експорт в Україну впав через спад економіки та різку девальвацію української гривні, проте країни ЄС залишаються головним експортером товарів до України.

Україна останніми роками намагається побудувати відкриту економіку, зокрема у відносинах з ЄС. Це зробило українську економіку більш вразливою до впливу зовнішніх чинників, як показує дослідження поточного стану економічних

відносин між Україною та ЄС. Після створення Євразійського митного союзу і започаткування ЗВТ з ЄС економіка України стає все більш торговельно орієнтованою: частка імпорту й експорту в загальному обсязі виробництва товарів і послуг в Україні значно збільшилася від третини ВВП на початку 1990-х рр. до двох третин ВВП на початку 2000-х рр., а також, як і раніше, залишається дуже високою. Імпорт становить 55,4%, експорт – 46,9% від ВВП. Для України, яка відчуває нестачу в розвинених споживчих ринках країн-членів ЄС, це означає загальне зниження попиту на українську продукцію на внутрішньому ринку і зростаючу залежність від міжнародної торгівлі і нестабільності на зовнішніх ринках. Експортна частка сталі, наприклад, збільшилася із 73% до 79%. Показники машинобудівної галузі ще вищі. При цьому частка залежного від експорту виробництва зросла з 49% до 74%. Показники експорту з України в ЄС значно зросли і практично зрівнялися з показниками експорту до Російської Федерації. Так, у 2013 р. частка експорту країн СНД становила 35% загального обсягу торгівлі (22,1 млрд. дол. США експорту і 27,9 млрд. дол. США імпорту), Європейського Союзу – 26,5% (\$ 16,8 млрд. експорту і \$ 27 млрд. імпорту). Зростання експорту компенсується тим, що темпи збільшення імпорту з країн ЄС зростають ще швидше. В останні два роки ЄС випереджав СНД як основного торгового партнера. Нині частка експорту України до ЄС становить близько 31,8% від загального обсягу торгівлі (10,5 млрд. дол. США експорту та 13,2 млрд. дол. США імпорту), до країн СНД – 26,5% (7,7 млрд. дол. США експорту та 11,9 млрд. дол. США імпорту) [4].

Варто зазначити, що Україна експортує в країни ЄС і СНД дуже різні за структурою товари. Так, експорт в СНД, як правило, включає високотехнологічні товари з високою доданою вартістю. Продукція машинобудування в ньому становить близько третини. Це насамперед пов'язане зі збереженням певних виробничих ланцюгів між українськими і російськими підприємствами та загальних технічних стандартів в авіації, автомобілебудуванні та важкій промисловості загалом. Частки експорту в галузях металургії, харчової промисловості і сільського господарства залишаються значними. Незважаючи на низку торгових воєн, українські виробники продуктів харчування, як і раніше, утримують значну частку в різних сегментах російського ринку. Більше половини експорту в ЄС, навпаки, становлять вироби з металу та аграрно-харчові продукти в рівних частинах. Експорт українського обладнання на ринок ЄС становить лише 13% від загального обсягу експорту країни. Однією з причин цього є відмінність стандартів України та ЄС. Загалом Україна поставляє в ЄС переважно сировину, яка після обробки в ЄС частково повертається в Україну у вигляді

готових товарів. Торговельні відносини з країнами СНД є більш складними у зв'язку зі збереженням встановлених виробничих відносин та міжсекторального співробітництва. Хоча це не означає, що Україна може і далі покладатися на збереження цього ринку як довгострокової стратегії розвитку.

Створити виклик для української економіки можуть також фактори, які перебувають за рамками відносин «Україна – ЄС». Зокрема, ЄС та США ведуть переговори про створення Трансатлантичного торговельного та інвестиційного партнерства (ТТІП), а з 2012 р. – про створення найбільшої у світі ЗВТ за обсягом сукупного ВВП. Метою ТТІП є посилення ролі колективного Заходу у зв'язку з переміщенням центрів політичної та економічної активності на Схід шляхом усунення тарифних і нетарифних бар'єрів у торгівлі між США та ЄС. Гармонізація українського законодавства з нормами ЄС, відповідно до Угоди про асоціацію, означає спрощений порядок доступу вітчизняної продукції на ринок США [7]. Крім того, для ефективного функціонування зони вільної торгівлі між Україною та ЄС український бізнес має бути наділений ефективними інструментами для нарощування свого потенціалу та створення ланцюгів доданої вартості.

В цьому руслі дуже доречним може стати запрошення України приєднатися до конвенції Пан-Євро-Мед. Пан-Євро-Мед – це інструмент, розроблений Європейським Союзом для розвитку та налагодження співпраці зі своїми торговельними партнерами, а також останніх між собою. Він дає можливість країнам-учасникам використовувати сировину одна одної для виробництва товарів (діагональна кумуляція), використовуючи тарифні преференції [8].

Приєднання до конвенції Пан-Євро-Мед відкриває додаткові можливості в торгівлі українським експортерам. Загалом цей інструмент охоплює близько 60 преференційних торговельних угод, що укладені між країнами Пан-Євро-Середземноморського регіону. Кожна має протокол, що передбачає однакові правила визначення походження товарів. За підсумками 2016 р. експорт України до країн-учасниць Конвенції складає 53% всього експорту нашої держави. З них понад 40% відправляється до країн Європейського Союзу, 4,2% – до Туреччини, 3,1% – до Єгипту. За 6 місяців 2017 р. частка українського експорту до країн Пан-Євро-Мед вже складає більше 50%, з них 40% відходять до країн ЄС [8].

В разі приєднання України до Пан-Євро-Мед торгівля з ЄС здійснюватиметься згідно з правилами походження товарів, що передбачені в цій Конвенції (нині застосовуються правила, встановлені Протоколом № 1 до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС). На цих же правилах базуватиметься й торгівля з країнами ЄАВТ та іншими учас-

никами Пан-Євро-Середземноморського регіону, з якими в Україні є укладені ЗВТ [8].

Завдяки діагональній кумуляції для виробництва товару може бути використана сировина з країн, що не є сторонами преференційної угоди, в рамках якої здійснюється торгівля. Це дає можливість країнам знайти своє місце у процесі виробництва певного товару та розвивати потенціал у розвитку ланцюгів доданої вартості, а для експортерів спрощує умови торгівлі.

Так само правило двосторонньої кумуляції застосовується й до товарів, що виробляються в ЄС. Конвенція встановлює уніфіковані правила походження для торгівлі товарами у Пан-Євро-Середземноморському регіоні, даючи змогу своїм учасникам посилювати економічну інтеграцію та торговельні зв'язки. Безперечно, приєднання до цієї угоди є важливим кроком для України, особливо для таких галузей, як легка промисловість та металургія.

Висновки з проведеного дослідження. Концепція глобальних ланцюгів створення вартості дає змогу на якісно новому рівні досліджувати особливості функціонування світової економіки, а також вивчати сутність та складові сучасної міжнародної товарної кооперації, виробничого і технологічного потенціалу окремих країн, їх конкурентоспроможності. Для України ця концепція є надзвичайно важливою в контексті поглиблення регіональної економічної інтеграції в ЄС та з іншими країнами в рамках двосторонніх і багатосторонніх торгово-економічних угод, таких як Пан-Євро-Мед. Зниження торговельних та інвестиційних бар'єрів спростить доступ міжнародних компаній на ринок України, а також дасть їм змогу разом з національним товаровиробником активно шукати можливості для їх включення до ГЛДВ. Таким чином, можна сподіватися, що Україна, зрештою, стане незамінною ланкою в багатьох регіональних та глобальних ланцюжках доданої вартості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гужва І.Ю. Глобальні ланцюги доданої вартості та інтеграція до них України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2015. № 3. С. 10–17.
2. Мельник Т.В., Конрад Ю.М. Національні підприємства у глобальних ланцюгах створення вартості. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2016. № 3. С. 49–66.
3. Кравцова І.В. Методика дослідження глобальних ланцюгів доданої вартості. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. № 16. С. 39–44.
4. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. World Investment Report 2013: Global Value Chains / UNCTAD. – 2013. URL: http://www.unctad.org/en/Publications Library/wir2013_en.pdf.

6. Беренда С.В., Зелцер І.І. Господарська інтеграція України з країнами ЄС в контексті утворення глобальних та регіональних ланцюгів доданої вартості. Соціальна економіка. 2016. № 1. С. 16–24.

7. Філіпчук В., Поворозник В., Бочі А., Ярошенко Є. Зона вільної торгівлі з ЄС: унікальний шанс чи втрачені можливості? Міжнар. центр перспект. досліджень (МЦПД). 2015. 36 с. URL: http://icps.com.ua/assets/uploads/images/files/zona_vilnoi_torgivli_s.pdf.

8. Микуляк В.В. Більше, ніж ЗВТ. Що дасть Україні участь у Пан-Євро-Мед. Європейська правда. 2017. URL: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/12/22/7059293>.

9. Гужва І.Ю. Угода СОТ про спрощення процедур торгівлі як інструмент активізації участі України в глобальних ланцюгах доданої вартості. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 29. С. 211–217.

ІННОВАЦІЇ В РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

INNOVATION IN THE DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF MARKETING OF INTERNATIONAL TRAVEL SERVICES

У статті розглянуто підходи до опису історії туризму і поділу її на етапи. Наведено основні підходи до визначення поняття «туристичний продукт» зарубіжними та вітчизняними науковцями. Розглянуто підходи до визначення маркетингу в туризмі та концепції маркетингу у сфері туризму. Визначено останні тенденції в розвитку світового та українського ринків туризму. Встановлено найбільш перспективні і маловивчені напрями досліджень у сфері інноваційного менеджменту в туризмі. Запропоновано механізм упровадження інновацій у розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями з використанням ідей інваріоменталізму.

Ключові слова: туристичний продукт, маркетинг, концепція, інновації, екотуризм.

В статье рассмотрены подходы к описанию истории туризма и разделению ее на этапы. Приведены основные подходы к определению понятия «туристический продукт» зарубежными и отечественными учеными. Рассмотрены подходы к определению маркетинга в туризме и концепции маркетинга в сфере туризма. Определены последние тенденции в развитии мирового и украинского рынков туризма.

Установлены наиболее перспективные и малоизученные направления исследований в области инновационного менеджмента в туризме. Предложен механизм внедрения инноваций в развитии концепции маркетинга международных туристических услуг украинскими компаниями с использованием идей инваріоменталізму.

Ключевые слова: туристический продукт, маркетинг, концепция, инновации, экотуризм.

The article deals with approaches to the description of the history of tourism and its division into stages. The main approaches to the definition of "tourist product" by foreign and domestic scientists are given. The approaches to the definition of marketing in tourism and the concept of marketing in the field of tourism are considered. The latest trends in the development of the world and Ukrainian tourism market are determined. The most promising and underdeveloped areas of research in the field of innovative management in tourism are established. The mechanism of introduction of innovations in the development of the concept of marketing of international tourist services by Ukrainian companies with the use of ideas of invarіomentalism is proposed.

Key words: tourist product, marketing, concept, innovation, ecotourism.

УДК 001:338.486:339.138

Полоус О.В.

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

Пунагін Я.М.

студент
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Структура міжнародних туристичних послуг перебуває в тісному взаємозв'язку з глобальною економікою, економікою приймаючих та направляючих регіонів. Водночас туристична діяльність будь-якої країни завжди носить позитивний економічний характер, приносячи додатковий дохід та створюючи робочі місця. Висока конкуренція в даному секторі ведення підприємницької діяльності призводить до посилення інтересу до новітніх концепцій маркетингу та розвитку тих, що вже склалися роками. Тріада пріоритетних завдань, що мають бути вирішені підприємствами у сфері надання міжнародних туристичних послуг – необхідність диверсифікації своєї пропозиції, необхідність надання якісного обслуговування та необхідність збереження клієнтської бази, – вимагає глибокого дослідження наявних тенденцій у сфері маркетингових інновацій. Інновації в секторі надання міжнародних туристичних послуг мають визначатися здатністю забезпечити довгострокову конкурентоздатність туристичного підприємства та всього туристичного сектору державної економіки на світовому туристичному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням періодизації історії туризму присвячено досить багато наукових праць, серед яких виділено роботу В.Б. Сапрунова. Низка зарубіж-

них та вітчизняних учених, таких як В. Мідлтон, В.А. Квартальнов, А.П. Дурович, А.Ю. Александрова, М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух, О.О. Бейдик, І.М. Школа, О.О. Любіцева, присвятили свої роботи питанням визначення сутності поняття «туристичний продукт», його складників та особливостей. Концепціям маркетингу міжнародних туристичних послуг присвячено роботи Р. Ланкара, Р. Оллье, Е. Крипендорфа та рекомендації Всесвітньої туристичної організації. Питаннями інноваційного менеджменту в туризмі займалися Д. Бухаліс та М. Ферсте.

Постановка завдання. Метою статті є формування механізму впровадження інновацій у розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Різні автори пропонують різні підходи до опису історії туризму і поділу її на етапи. Так, В.Б. Сапрунова виділяє чотири етапи в історії туризму [7]:

- до початку XIX ст. – передісторія туризму;
- початок XIX – початок XX ст. – елітарний туризм;
- початок XX ст. до Другої світової війни – початок становлення спеціалізованого туризму;
- після Другої світової війни – сучасний етап – масовий туризм, формування туристичної інду-

стрії як міжгалузевого комплексу з виробництва товарів і послуг для туризму.

У табл. 1 нами наводяться основні підходи до визначення поняття «туристичний продукт» зарубіжними та вітчизняними науковцями.

Нині ще не вироблено єдиного підходу до визначення маркетингу в туризмі, тому розглянемо різні погляди на проблему.

Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), виділяються три головні функції туристського маркетингу [14]:

- формування контактів зі споживачами туристичних послуг;
- розвиток контактів за рахунок нововведень;
- контроль над результатами обслуговування.

Французькі вчені Р. Ланкар і Р. Оллье дають таке визначення туристського маркетингу: «Туристський маркетинг – це серія основних методів і прийомів, вироблених для дослідження, аналізу і вирішення поставлених завдань. Головне, на що повинні бути спрямовані ці методи і прийоми, – виявлення можливостей найбільш повного задоволення потреб людей із погляду психологічних і соціальних факторів, а також визначення способів найбільш раціонального з фінансового погляду ведення справ туристичними організаціями (підприємствами, бюро або асоціаціями), які дають змогу враховувати виявлені або приховані потреби в туристичних послугах. Такого роду потреби можуть визначатися або мотивами відпочинку

(розваги, відпустка, здоров'я, навчання, релігія і спорт), або іншими мотивами, які нерідко є у підприємницьких груп, сімей, різних місій і союзів» [3].

Швейцарський фахівець Е. Крипендорф вкладає у поняття туристського маркетингу більш повний зміст: «Туристський маркетинг – це систематична зміна і координація діяльності туристичних підприємств, а також приватної і державної політики в галузі туризму, що здійснюється за регіональними, національними чи міжнародними планами. Мета таких змін полягає у тому, щоб найбільш повно задовольняти потреби певних груп споживачів, ураховуючи при цьому можливість отримання відповідного прибутку» [5].

Концепція маркетингу у сфері туризму розвивається відповідно до сучасних тенденцій розвитку теорії маркетингу і теорії маркетингу послуг, а також розвитку глобальної економіки. Туризм по праву вважається одним із провідних і найбільш динамічних секторів світового спектру послуг. Завдяки швидким темпам зростання туризм був визнаний багатьма дослідниками економічним феноменом ХХ ст. Розглянемо останні тенденції розвитку світового та українського ринків туризму.

Місця призначення в усьому світі відвідали 1,1 млрд. міжнародних туристів із січня по жовтень 2017 р., як повідомили в Барометрі Всесвітнього туризму ООН у грудні 2017 р. [13]. Це означає зростання на 7% порівняно з аналогічним періодом минулого року, або 70 млн. міжнародних при-

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «туристичний продукт» зарубіжними та вітчизняними науковцями

№ п/п	Автор	Сутність визначення
1	В. Мідлтон [4]	Комплексний туристичний продукт являє собою набір, або пакет, відчутних або нематеріальних елементів, склад яких визначається діяльністю людей у туристському центрі. Пакет сприймається туристом як доступні за ціною враження
2	В.А. Квартальнов [6]	Продукт туристський – це споживчий комплекс, що включає тур + послуги туристично-екскурсійні + товари. Продукт туристський – це сукупність речових (предметів споживання) і нематеріальних (у формі послуги) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, що виникли в період його подорожі
3	А.П. Дурович [4]	Це будь-яка послуга, що задовольняє потреби туристів під час подорожі і підлягає оплаті з їх боку
4	А.Ю. Александрова [1]	Туроператори на відміну від представників туріндустрії розглядають турпродукт «через призму надаваних ними послуг. У баченні туроператорів, як і туристів, туристський продукт ототожнюється з поїздкою»
5	М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух [9, с. 106]	Упорядкована сукупність туристичних послуг, робіт і товарів (пакет туристичних послуг), що складається як мінімум із двох або більше одиничних чи множинних туристичних послуг, робіт, товарів і засобів забезпечення, інших туристичних ресурсів, достатніх для задоволення потреб туристом
6	О.О. Бейдик [2, с. 94]	Набір послуг, що входять до вартості туристичної поїздки за певним маршрутом із комплексним обслуговуванням
7	І.М. Школа [11, с. 9]	Туристичний продукт – це комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі
8	О.О. Любіцева [8, с. 38]	Туристичний продукт – це комплекс туристичних послуг, благ та товарів, що забезпечують реалізацію мети подорожі. Туристичний продукт у формі туру виступає товаром на туристичному ринку

їжджик. Сильний попит на міжнародний туризм за всіма регіонами світу відображає глобальний економічний підйом (рис. 1).

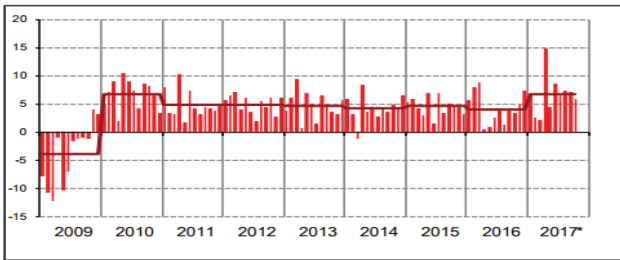


Рис. 1. Світові міжнародні туристичні потоки, щомісячна еволюція, % зміни

Джерело: складено за [14]

Сильний туристичний попит попередніх місяців 2017 р., включаючи піковий сезон Північної півкулі, розпочався ще з жовтня місяця. У перші десять місяців 2017 р. цільові пункти за всім світом отримали у цілому 1 127 млн. (+ 7%) приїжджиків, які подорожують протягом ночі, що на 70 млн. більше, ніж за аналогічний період 2016 р. Результати були зумовлені стійким зростанням у багатьох напрямках та стійким відновленням у тих напрямках, які зазнали зниження минулого року.

Розглянемо динаміку міжнародних туристичних потоків за регіонами світу (рис. 2).

Європа привнесла до зростання міжнародних туристичних потоків +8% за перші десять місяців 2017 р., що зумовлено значними результатами в Південній та Середній Європі (+13%). Минулого року Західна Європа (+7%) відійшла від найслабших результатів, а Північна Європа (+6%) демонструвала постійне зростання потоків. Потоки у Центральній та Східній Європі зросли на 4% протягом січня-жовтня 2017 р.

Африка (+8%) була другим найбільш динамічно зростаючим регіоном за даний період завдяки сильному відродженню у Північній Африці (+13%) і потужному результату країн Африки на південь від Сахари (+5%).

У Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (+5%) результати були продиктовані Південною Азією

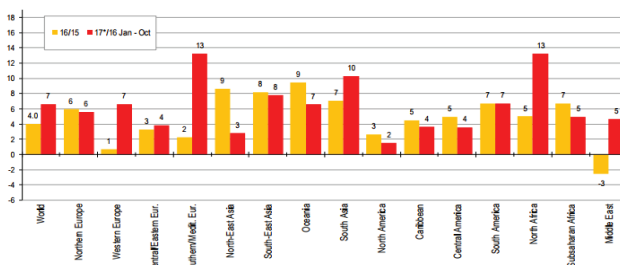


Рис. 2. Міжнародні туристичні потоки за регіонами світу, % зміни до аналогічного періоду попереднього року

Джерело: складено за [14]

(+10%), Південно-Східною Азією (+8%) та Океанією (+7%), що пишалися різким збільшенням потоків. Північно-Східна Азія (+3%) продемонструвала більш змішаний результат, у деяких регіонах показники збільшуються на двозначні числа, а в інших є від'ємними.

Південна Америка (+7%) продовжує лідувати за зростанням в Америці, де загальна кількість приїжджиків збільшилася на 3%. Країни Центральної Америки та Карибського басейну разом збільшилися на 4% у жовтні після ураганів «Ірма» та «Марія». У Північній Америці (+2%) стійкі результати спостерігалися у Мексиці та Канаді, що контрастувало зі зменшенням потоків у Сполучених Штатах, що є найбільшим центром у регіоні.

Результати туристичної активності на Близькому Сході (+5%) до жовтня були неоднозначними, за деякими напрямками вона сильно спадала, а за деякими – продовжувала стійко зростати, але середній регіональний показник був продиктований переважанням тенденцій до зниження.

Стосовно України, то нині в загальному доступі є інформація щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 р.

Заданими Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 р. до України в'їхало 13,6 млн. туристів, що на 5,6% більше, ніж у 2015 р. При цьому у 2015 р. порівняно з 2014 р. в'їхало на 0,2 млн. осіб (1,3%) менше (рис. 3.) [10]. Розрахунки було виконано за методикою Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), не зараховуються до числа туристів особи, які перетнули кордон із дипломатичною, імміграційною метою, для працевлаштування, та обслуговуючий персонал транспортних засобів.

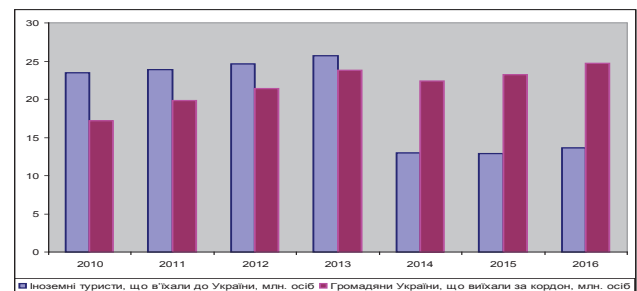


Рис. 3. Основні показники відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон

Джерело: складено за [10]

Розподіл за країнами чисельності іноземних громадян, які відвідали Україну в 2016 р., та розподіл чисельності громадян України за країнами, до яких вони подорожували у 2016 р., наведені відповідно на рис. 4 (а та б).

У 2016 р. 95,3% іноземних громадян прибули до України з приватною метою, що на 12,5% більше, ніж у 2015 р. (89,4%). За даними Адміністрації Держприкордонслужби, протягом 2016 р. здій-

снили подорожі за кордон 24,7 млн. українських туристів, що на 6,5% більше, ніж у 2015 р. Протягом 2016 р. 98,5% українських громадян подорожували до країн світу з приватною метою, що на 6,6% більше, ніж у 2015 р.

За проведеними дослідженнями можна зробити висновок, що міжнародні туристичні потоки як у світовому масштабі, так і в межах нашої держави демонструють стійке зростання. Туристичний бізнес виступає перспективним напрямом діяльності. Але разом із цим зростає й конкуренція в даному секторі, що робить актуальним розроблення нового механізму впровадження інновацій у розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями.

Найбільш перспективними і маловивченими напрямами досліджень у сфері інноваційного менеджменту в туризмі є [12, с. 157–158]:

- стратегічний маркетинг інновацій;
- вивчення взаємозв'язку інновацій та міжнародної конкурентоспроможності окремо взятого туристичного підприємства та туристичного сектора країни у цілому;
- застосування інформаційних технологій для реалізації інноваційної стратегії та обґрунтування поняття e-tourism (електронний туризм);
- маркетингові інновації в туризмі (соціальні медіа, онлайн-брендинг, динамічне ціноутворення, таргетування та сегментація ринку на основі використання сучасних інформаційних технологій);
- інституціоналізація інноваційних проектів у туризмі;
- оцінка і вимірювання впливу інновацій на індустрію туризму, підприємство, ринок і споживача;
- забезпечення реалізації концепції сталого туризму на основі застосування інновацій.

В основу механізму впровадження інновацій у розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями нами була покладена ідея інвайроменталізму в маркетинго-

вій діяльності підприємства туристичного сектору. Згідно з даною ідеєю, компанії впроваджують екологічно безпечні програми діяльності. У світі вже існують венчурні підприємства для інвестицій в екотуристичний бізнес, виробництво екологічно чистих будівельних матеріалів, переробку відходів, виробництво альтернативних джерел енергії. На нашу думку, саме цей напрям може стати перспективним і для українських компаній. Механізм упровадження інновацій у розвиток концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями з використанням ідей інвайроменталізму наведений на рис. 5.

Застосування запропонованого механізму дасть змогу реалізувати інноваційний потенціал української туристичної компанії з урахуванням особливостей функціонування в умовах висококонкурентного ринку міжнародних туристичних послуг.

При цьому слід зазначити, що впровадження інноваційних технологій в українську сферу туризму з урахуванням ідей інвайроменталізму вимагає диверсифікації інноваційних технологій у суміжних із туризмом галузях. Наприклад, створення транспортних мереж із переходом на екологічно безпечні альтернативні види палива. Готельний сектор уже на даному етапі все активніше використовує ресурсозберігаючі технології.

Важливу роль для розвитку вітчизняного міжнародного туризму відіграють так звані організаційні інновації в структурі управління, які пов'язані з розвитком підприємництва, реорганізацією і поглинанням конкуруючих фірм, кадровою політикою (підготовка, оновлення та заміна кадрів, підвищення кваліфікації працівників туристичного бізнесу).

Для прискорення інноваційних процесів у вітчизняному секторі міжнародних туристичних послуг необхідно забезпечити формування у підприємств економічної необхідності в даних інноваціях, створення сприятливого інноваційного

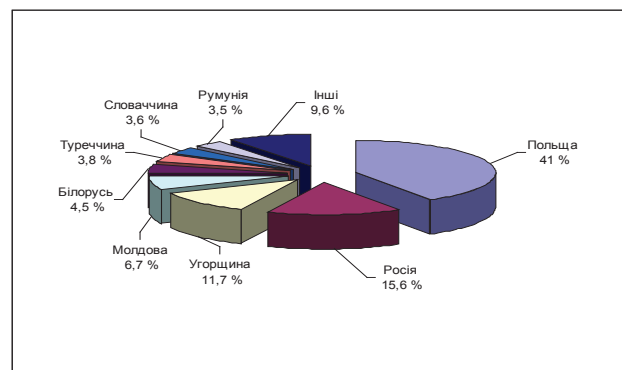
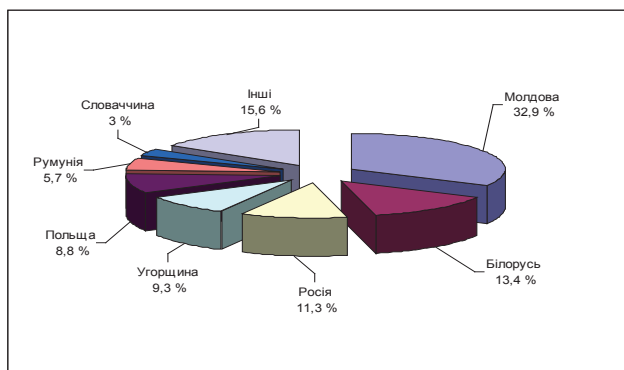


Рис. 4.

а) Розподіл за країнами чисельності іноземних громадян, які відвідали Україну в 2016 р.

б) Розподіл чисельності громадян України за країнами, до яких вони подорожували в 2016 р.

Джерело: складено за [10]

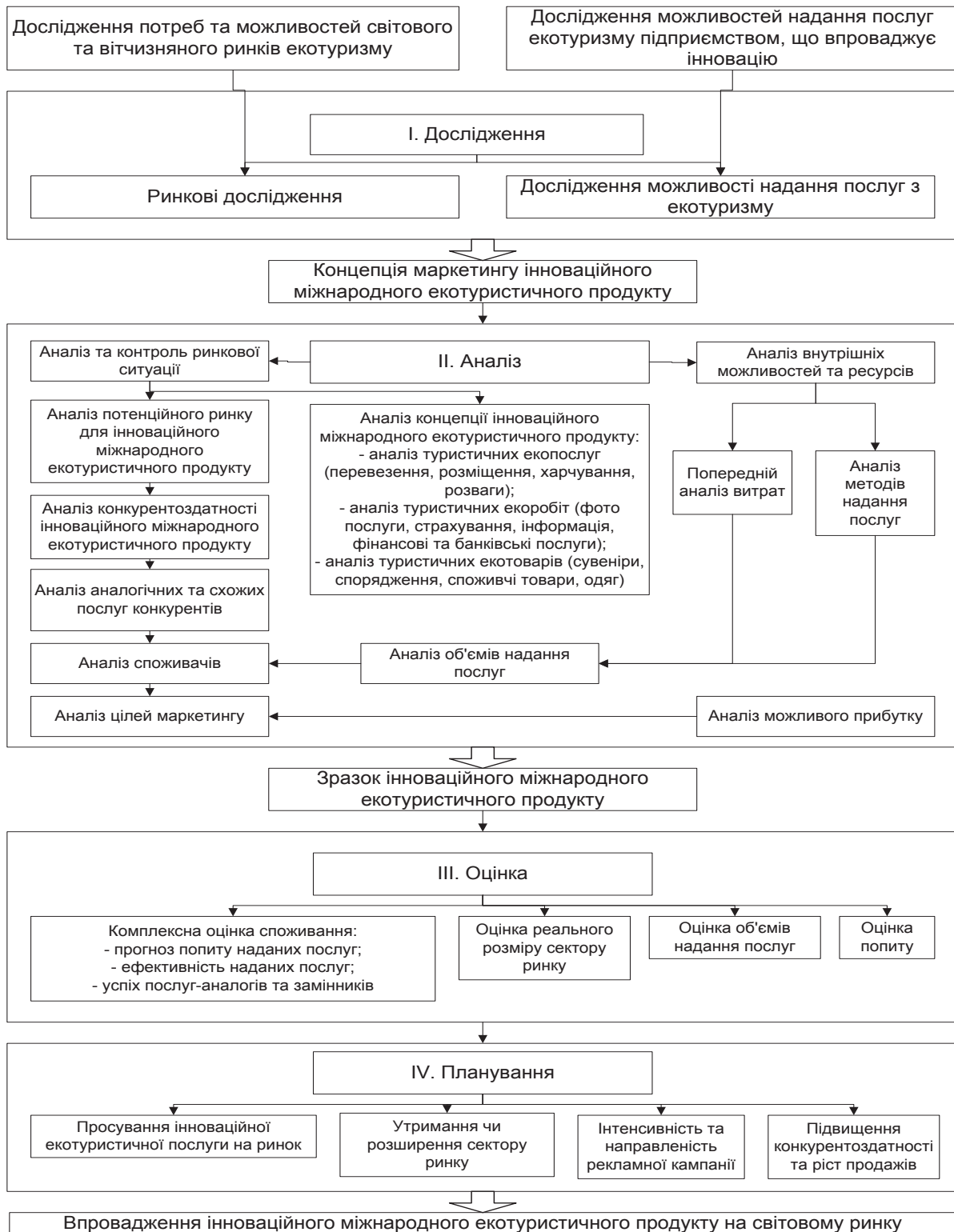


Рис. 5. Механізм упровадження інновацій у розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями з використанням ідей інвайроменталізму

Джерело: розроблено авторами

клімату на рівні держави та розвитку українського ринку нововведень згідно зі світовими тенденціями.

Висновки з проведеного дослідження. 2017 р. по праву можна вважати вдалим для розвитку міжнародних туристичних послуг у глобаль-

них масштабах. 70-та Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй призначила саме цей рік роком сталого розвитку туризму та сприяла його інклюзивному зростанню, соціальному залученню, зайнятості та зменшенню бідності, ефективності ресурсів, охороні навколишнього середовища,

культурних цінностей та спадщини, а також взаєморозумінню, миру та безпеці.

Слід підкреслити, що завдяки застосуванню наукових знань і методів реалізації інноваційних перетворень стає можливим створення нових туристичних продуктів, кардинальне поліпшення готельних, транспортних, сервісних послуг, освоєння нових ринків і підвищення конкурентоспроможності української туристичної сфери в умовах глобалізації.

Запропонований у статті механізм упровадження інновацій у розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг українськими компаніями з використанням ідей інвайроменталізму здатний забезпечити високу конкурентоздатність саме даного виду туристичного продукту у світовому масштабі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002. 464 с.
2. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. К.: Палітра, 1998. 130 с.
3. Академия рынка: маркетинг. Туристический маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. М.: Экономика, 1993. 572 с.
4. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме. Мн.: Экономпресс, 2005. 400 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. М.: Бизнес-книга, 2000. 496 с.
6. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2004. 368 с.
7. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтпрес, 2002. 436 с.
9. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. К.: Центр на вчальній літературі, 2004. 272 с.
10. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Інформація щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 році. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5badba79-cfc5-40c1-a1ec-61f2e39161aa&title=InformatsiiaSchodoPokaznikivRozvitkuSferiTurizmuTaKurortivU2016-Rotsi>.
11. Школа І.М., Ореховська Т.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія. Чернівці: Книга – XXI, 2007. 292 с.
12. Buhalis, D. SoCoMo Marketing for Travel and Tourism: empowering co-creation of value. Journal of Destination Marketing & Management. 2015. Vol. 4. № 3. P. 151–161.
13. UNWTO. World Tourism Barometer. 2017. Vol. 15. URL: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_06_december_excerpt.pdf.
14. World Tourism Organization. UNWTO. Official cite. URL: <http://www2.unwto.org/>.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ДОСВІД ЄС У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ВОДОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНІВ ТА КУЛЬТУРИ ПОВОДЖЕННЯ З ВОДНИМИ РЕСУРСАМИ

EU EXPERIENCE IN PROVIDING THE DEVELOPMENT OF THE WATER MANAGEMENT COMPLEX OF REGIONS AND THE CULTURE OF WATER RESOURCES

У статті розглянуто питання основних проблем культури поводження з водними ресурсами. Водні ресурси є важливим показником розвитку не тільки господарської діяльності, але й економічного розвитку держави загалом. Оскільки Україна прямує до євроінтеграційних процесів, важливо розібратися, зрозуміти та поетапно впровадити законодавство Європейського економічного співавторства. У статті розкрито основні принципи Європейського Союзу, основні законодавчі напрями та нормативні документи у поводженні з водними ресурсами, які є основними у забезпеченні вимог та високих стандартів до якості питної води та очищення загалом.

Ключові слова: водні ресурси України, Рамкова Директива по Воді 2000/60/ЄС, принципи поводження з водними ресурсами, євроінтеграційні процеси, законодавство та нормативи Європейського Союзу, стандарти якості води.

В статье рассмотрены вопросы основных проблем культуры обращения с водными ресурсами. Водные ресурсы являются важным показателем развития не только хозяйственной деятельности, но и экономического развития государства в целом. Поскольку Украина стремится к евроинтеграционным процессам, важно разобраться, понять и поэтапно внедрить законодательство Европейского экономического сотрудничества. В статье раскрыты основ-

ные принципы Европейского Союза, основные законодательные направления и нормативные документы в обращении с водными ресурсами, которые являются основными в обеспечении требований и высоких стандартов качества питьевой воды и очистки в целом.

Ключевые слова: водные ресурсы Украины, Рамочная Директива по Воды 2000/60/ЕС, принципы обращения с водными ресурсами, евроинтеграционные процессы, законодательство и нормативы Европейского Союза, стандарты качества воды.

The article deals with the main problems of the culture of water resources management. Water resources are an important indicator of the development of not only economic activity, but also the economic development of the state as a whole. And since Ukraine is heading towards European integration processes, it is important to understand, understand and phase-in implement the legislation of the European Economic Co-authorship. The article outlines the main principles of the European Union and the main legislative directions and regulations in the management of water resources, which are the key to ensuring the requirements and high standards for drinking water quality and cleaning general.

Key words: water resources of Ukraine, Water Framework Directive 2000/60/EU, principles of water management, European integration processes, legislation and standards of the European Union, water quality standards.

УДК 658.3.07

Коба В.Г.

д. е. н., професор управління та економіки водного транспорту
Державний університет інфраструктури та технологій

Пахота Н.В.

асистент кафедри управління та економіки водного транспорту
Державний університет інфраструктури та технологій

Постановка проблеми. Дослідження економічного механізму використання водних ресурсів, який спрямований на підвищення ефективності функціонування водогосподарського комплексу, є необхідним за сучасних умов розвитку держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження вітчизняних вчених переважно присвячені аналізу використання водних ресурсів, виявленню причин, що перешкоджають їх ефективному освоєнню, розробці рекомендацій щодо забезпечення комплексного використання ресурсів у межах окремих регіонів та країн. Зокрема, варто відзначити в цьому напрямі роботи Л. Горбач, С. Дорогунцова, Є. Стеценко, М. Хвесика. Окремо необхідно виділити праці В. Голяна, Л. Мельника, Д. Нехайчука, В. Сабадаша, Б. Само-

йленка, В. Тищенко щодо вивчення впливу економічного механізму на ефективність водокористування [1; 6].

Постановка завдання. Метою статті є виявлення основних концепцій та принципів поводження з водними ресурсами в європейських країнах з метою використання досвіду в модернізації культури поводження з водними ресурсами в регіонах України, що забезпечить покращення стану водних ресурсів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Водні ресурси України є національним багатством, чистоту і потенціал якого необхідно утримувати на належному рівні. В умовах євроінтеграційних процесів важливо дослідити досвід розвинутих європейських країн у культурі поводження з водними



Рис. 1. Принципи поводження з водними ресурсами, визначені Рамковою Директивою по Воді 2000/60/ЄС

ресурсами та створенні умов до їх відтворення. Нині особлива увага щодо розробки нових підходів до формування культури поводження з водними ресурсами має приділятися безпосередній зацікавленості підприємств, відомств, фізичних осіб тощо у вжитті заходів природоохоронного характеру. При цьому економічне стимулювання здійснюється методами позитивної мотивації.

Поетапна еволюція законодавства Європейського економічного співтовариства, заснованого на спробах розв'язання приватних проблем, привела до складності водних директив з різними і часто неузгодженими методологіями, визначеннями і цілями. Більш того, водні директиви на практиці часто виявлялися менш ефективними щодо екологічних результатів, ніж очікувалося. В ЄС сформувалася необхідність в новому, більш скоординованому водному законодавстві, результатом якого стала Рамкова Директива по Воді (РДВ / WFD) 2000/60/ЄС. Цей документ визначає межі для охорони всіх водних об'єктів і заснований на комбінованому підході між визначеннями цільових показників якості води (ЦПЯВ) і гранично допустимими нормами викидів (ГДНВ). Нинішня політика поводження з водними ресурсами Євросоюзу дала нам змогу сформулювати такі основоположні принципи, що наведені на рис. 1.

Всі ці принципи відображені в РДВ 2000/60/ЄС. Концентрація цих принципів в центрі політики поводження з водними ресурсами має важливі наслідки для подальшого розвитку і впровадження, оскільки вони підтримують такі цілі та елементи політики:

– розвиток інтегрованої політики для довгострокового сталого водокористування, а також її

застосування відповідно до принципу субсидіарності;

– поширення водоохорони на всі типи вод, включаючи поверхневі, прибережні і ґрунтові води;

– досягнення «доброго статусу» для всіх вод до певного терміну, а також збереження цього статусу там, де він вже досягнутий;

– управління водними ресурсами на основі річкових басейнів з відповідною координацією для районів транскордонних річкових басейнів;

– встановлення цін на користування водою з урахуванням принципу відшкодування витрат і принципу «забруднювач платить»;

– стимулювання участі громадян та формування культури поводження з водними ресурсами в рамках водогосподарських комплексів регіонів;

– подальше вдосконалення законодавства з водокористування [2].

Всі категорії законодавства Європейського Союзу щодо водокористування можна розподілити на певні категорії, які подані в табл. 1.

Загальною метою Рамкової Директиви Європарламенту та Ради Європи по Воді (РДВ) 2000/60/ЄС є встановлення охоронного режиму для внутрішніх поверхневих вод Європи, міжкордонних, морських прибережних і ґрунтових вод. Природоохоронною метою РДВ є досягнення «доброго статусу» для всіх ґрунтових і поверхневих вод.

Основними інструментами Директиви з Якості Води для Купання (для Пляжних Зон) 2006/7/ЄС є встановлення стандартів якості води, вимог з моніторингу, звітності та проведення вимірювань щодо відповідності стандартам.

Основними інструментами управління якістю питної води є встановлення стандартів і визначення вимог до ретельного моніторингу. Дирек-

тива по Питній Воді встановлює стандарти для низки мікробіологічних і хімічних параметрів, науково обґрунтованих директивами ВООЗ. Країни-члени мають право включати додаткові параметри або використовувати більш високі стандарти, але не нижче тих, що встановлені Директивою 98/83/ЄС. Країни-члени повинні здійснювати моніторинг якості питної води і вживати заходів, щоб забезпечити її відповідність мінімальним стандартам якості. Стандарти якості повинні дотримуватися в точці споживання, тобто у водопровідних кранах.

Директива 91/271/ЄС встановлює цілі і граничні величини, яких повинно бути досягнуто в результаті очищення. Більш того, докладно описані процедури моніторингу та оцінки. Якщо очисні системи є занадто дорогими, можуть застосовуватися альтернативні системи для досягнення такого ж рівня захисту навколишнього середовища. Директива регулює скидання осаду стічних вод. З 1998 р. будь-яке скидання осаду стічних вод у морські або інші поверхневі води заборонене.

Директива по нітратам сільськогосподарського походження має на меті зниження негативного впливу добрив на джерела питної води та екосистеми шляхом обмеження використання неорганічних та органічних (гній) добрив у сільськогосподарських районах.

З цією метою країни-члени повинні визначити води, схильні до забруднення нітратами із сільськогосподарських джерел, а також води, які можуть піддаватися такому забрудненню. Програми дій в рамках Директиви по нітратах сільськогосподарського походження повинні включати в себе обмеження щодо використання гнойових і хімічних добрив для ділянок поза вразливих зон зниження забруднення, що необхідно підтримувати за допомогою кодексів здорової сільськогосподарської практики (добровільних). Це означає, що країни-члени зобов'язані стежити за концентрацією нітратів в ґрунтових і поверхневих водах,

а також за евтрофікацією поверхневих вод. Щодо промислових стічних вод слід сказати, що скиди в колекторні системи і самі очисні споруди підлягають попередньому регулюванню та авторизації, причому скиди повинні піддаватися розподіленому попередньому обробленню. Це положення передбачає, що кінцевий осад може бути безпечно скинутий прийнятним способом з точки зору охорони навколишнього середовища [4].

Національна стратегія наближення (апроксимації) законодавства України до права ЄС у сфері охорони довкілля фокусується на положеннях статті 363 Глави 6 «Навколишнє середовище» і Додатку ХХХ до Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, а також має на меті забезпечення ефективного виконання Україною зазначених вимог Угоди. Стратегія охоплює увесь спектр органів, підприємств, установ та організацій, залучених до процесу виконання статті 363 Глави 6 «Навколишнє середовище» і Додатка ХХХ до Угоди про асоціацію на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях із приділенням особливої уваги загальнодержавному рівню.

Поступове наближення законодавства України до права та політик ЄС у сфері охорони навколишнього природного середовища здійснюється відповідно до Додатка ХХХ Глави 6 «Навколишнє середовище». У Додатку ХХХ визначено вимоги до імплементації окремих положень директив і регламентів, а також відповідні часові межі. Цей Додаток охоплює 29 джерел права ЄС (директив і регламентів) у 8 секторах, зокрема якість води та управління водними ресурсами, включаючи морське середовище.

Отже, вищезазначені нормативні документи екологічного законодавства з питань охорони вод Європейського Союзу мають на меті поступове

Таблиця 1

Законодавство Європейського Союзу, що регулює поводження з водними ресурсами станом на 2017 рік

Напрями законодавства	Нормативні документи
Концептуальне рамкове законодавство	Рамкова Директива по Воді 2000/60/ЄС
Законодавство, що встановлює нормативи якості води	Директива по якості води для купання (пляжних зон) 2006/7/ЄС
	Директива по питній воді 98/83/ЄС
Законодавство, що орієнтоване на контроль за викидами	Директива по очищенню міських стічних вод 91/271/ЄС
	Директива по нітратах сільськогосподарського походження 91/676/ЄС
	Директива по інтегрованому контролю і попередженню забруднення 96/61/ЄС
Законодавство, що орієнтоване на контроль за викидами з дифузних джерел	Директива по засобам захисту рослин 91/414/ЄС
	Маркетинг і використання небезпечних речовин і препаратів 76/769/ЄС
	Біоциди 98/8/ЄС
Законодавство, що визначає моніторинг і звітність у поводженні з водними ресурсами	Загальноновстановлені процедури по інформаційному обміну 77/795/ЄС

зменшення забруднення підземної води і запобігання її подальшому забрудненню. Вони скеровані на принцип «відтворювання» водних ресурсів держави та спрямовані на вдосконалення охорони та покращення водного середовища. Розроблено заходи охорони територіальних і морських вод.

Ці Директиви та угоди передбачають, що їхнє впровадження та посилення природоохоронної діяльності матиме позитивні наслідки для підприємств та громадян України та ЄС, наприклад через удосконалення системи охорони здоров'я, покращення економічної та природоохоронної ефективності, оберігання та збереження природних ресурсів, упорядкованість екологічної політики в інші сфери політики держави, а також через підвищення рівня виробництва (рентабельності) завдяки сучасним технологіям [3].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, варто відзначити необхідність активного напрацювання у відповідному вітчизняному законодавстві з метою його наближення до нормативів Європейського Союзу. Підтримка загальноєвропейських стандартів у водоохоронній сфері допоможе покращити якість водних ресурсів України та забезпечити їх належне збереження.

Рамкова Директива по Воді 2000/60/ЄС розкриває методи регулювання забору прісної води; прописує заходи, які спрямовані на регулювання та запобігання надходження, а також прямих скидів речовин-забрудників; встановлює основи щодо охорони перехідних вод, поверхневих вод суші, прибережних та підземних вод; прописує поняття моніторингу та звітності екологічного та хімічного стану для водних ресурсів. Проте в цьому разі

державне регулювання не повинне замінювати ринкове саморегулювання, а має лише доповнювати його, створювати необхідні умови для покращення екологічного стану річок та озер.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хвесик М., Яроцька О., Головинський І. та ін. Водні ресурси на рубежі XXI ст.: проблеми раціонального використання, охорони та відтворення / за ред. М. Хвесика. Київ: РВПС України НАН України, 2005. 564 с.
2. Проект ЄС «Додаткова підтримка Міністерства екології та природних ресурсів України у впровадженні Секторальної бюджетної підтримки» / Національна стратегія наближення (апроксимації) законодавства України до права ЄС у сфері охорони довкілля. URL: [http://www.if.gov.ua/files/uploads/Strategy_web_\(2\).pdf](http://www.if.gov.ua/files/uploads/Strategy_web_(2).pdf).
3. Проект ЄС «Додаткова підтримка Міністерства екології та природних ресурсів України у впровадженні Секторальної бюджетної підтримки» / Якість води та управління водними ресурсами: короткий опис Директив ЄС та графіку їх реалізації. URL: http://www.if.gov.ua/files/uploads/Water_brochure_fin.pdf.
4. Сближение с водной политикой Европейского Союза (ЕС). URL: http://ec.europa.eu/environment/enlarg/pdf/pubs/water_ru.pdf.
5. Сучасний стан та проблеми водогосподарського комплексу України. URL: <https://www.oalibrary.org/papers/view/22d2d427-d256-4b83-b1ac-878c02a0c05d>.
6. Хвесик М., Голян В., Бардась В. Формування нової моделі фіскального регулювання природокористування: інституціональні передумови, методологічне забезпечення та практичні рекомендації. Економіст. 2013. № 9. С. 4–13.

ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ

FORMATION OF CATEGORY-CONCEPTUAL DEVICE FOR DEFINITION OF THE INTERNAL MARKET

У статті розглянуто теоретичні і методичні підходи до формування категоріально-понятійного апарату визначення внутрішнього ринку. Досліджено поняття «внутрішній ринок», яке базується на великій кількості думок економістів-науковців, а також обґрунтовано, що внутрішній ринок є складною соціально-економічною категорією. Встановлено, що існування суперечностей у визначенні поняття «внутрішній ринок» полягає в наявності різних поглядів на об'єкт дослідження внутрішнього ринку, що проводились науковцями, які були представниками різних теоретичних шкіл. Результати дослідження набули подальшого розвитку визначення понятійного апарату економічної категорії «внутрішній ринок» з позиції різних теоретичних шкіл.

Ключові слова: ринок, внутрішній ринок, товар, національна економіка, товарний обмін, конкуренція.

В статье рассмотрены теоретические и методические подходы к формированию категориально-понятийного аппарата определения внутреннего рынка. Исследовано понятие «внутренний рынок», которое базируется на большом количестве мнений экономистов-ученых, а также обосновано, что внутренний рынок является сложной социально-экономической категорией. Установлено, что существование противоречий в определении понятия «внутренний

рынок» заключается в наличии различных взглядов на объект исследования внутреннего рынка, проводимых учеными, которые были представителями разных теоретических школ. Результаты исследования получили дальнейшее развитие определения понятийного аппарата экономической категории «внутренний рынок» с позиции разных теоретических школ.

Ключевые слова: рынок, внутренний рынок, товар, национальная экономика, товарный обмен, конкуренция.

The article deals with theoretical and methodical approaches to the formation of a categorical-conceptual apparatus for determining the internal market. The concept of "internal market", which is based on a large number of opinions of economists-scientists, is well-documented and it is substantiated that the internal market is a complex socio-economic category. It is established that the existence of contradictions in the definition of the concept of "internal market" consists in the presence of different views on the object of research of the internal market, conducted by scientists who were representatives of various theoretical schools. The results of the study have further developed the definition of the conceptual apparatus of the economic category "domestic market" from the standpoint of various theoretical schools.

Key words: market, domestic market, goods, national economy, commodity exchange, competition.

УДК 339.1

Мардус Н.Ю.

к. е. н.,

доцент кафедри економічного аналізу та обліку

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Постановка проблеми. Сучасні науковці стверджують, що внутрішній ринок сприяє збільшенню обсягів виробництва, зниженню витрат на одиницю продукції, підвищенню її якості та удосконаленню структури економіки за галузями, а отже, зростанню добробуту населення, зміцненню економічної та політичної незалежності. Принцип пріоритетності розвитку внутрішнього ринку є необхідною передумовою становлення національної економіки. Однак такої думки вчені дотримувались не завжди. Протягом століть точились дискусії щодо ролі внутрішнього ринку. Слід зазначити, що позиції науковців значною мірою різнилися, як і відрізнявся їхній погляд на сутність ринку як об'єкта дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальним проблемам розвитку внутрішнього ринку присвячуються праці багатьох науковців, серед яких можна відзначити таких відомих зарубіжних економістів, як А. Маршалл, М. Портер, Д. Робінсон, Ф.М. Шерер, Д. Росс, Г. Лібенстайн, Б. Райзберг, та таких вітчизняних економістів, як О. Власюк, В. Гесць, Н. Гетманцева, В. Точилін, Т. Остащенко, Б. Панасюк, О. Пустовойт, В. Бодров, Н. Балдич, В. Гусєв, О. Михайленко,

В. Лагутін, Л. Ловський, С. Мочерний, А. Загородній, Г. Вознюк, З. Живко, В. Коломойцев, Н. Попадинець. Проте аналіз наукових розробок у сфері дослідження внутрішнього ринку вказує на те, що недостатньо опрацьованими з теоретичної і практичної точок зору залишаються питання формування категоріально-понятійного апарату внутрішнього ринку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування системи розвитку внутрішнього ринку товарів, що полягає у дослідженні поняття «внутрішній ринок» з боку різних економічних теорій та формуванні категоріально-понятійного апарату «внутрішній ринок», а також відокремленні його структурних і функціональних особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як складова частина економіки внутрішній ринок формує основні балансові пропорції ринкової моделі господарювання, насамперед пропорції виробництва та споживання, сприяючи максимальній мобілізації внутрішніх ресурсів країни [1, с. 34].

Зупинимось на деяких визначеннях внутрішнього ринку.

В. Точилін, Т. Остащенко, О. Пустовойт та інші вчені визначають внутрішній ринок як сукупність

галузевих ринків національної економіки, на яких домогосподарства, підприємства і держава задовольняють платоспроможний попит на товари і послуги, зокрема імпорتنі [2].

В. Бодров, Н. Балдич, В. Гусєв внутрішньому ринку дають таке визначення: це система суспільно-економічних відносин і взаємопов'язаних інституцій у сфері товарно-грошового обігу, які опосередковують взаємовідносини між вітчизняними виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на території певної країни [3].

О. Михайленко розглядає внутрішній ринок як механізм задоволення потреб суб'єктів ринку, що знаходяться на економічній території певної країни, за рахунок пропозиції підприємств-резидентів [4].

О. Пустовойт економічне поняття «внутрішній ринок» використовує для характеристики обсягів споживання товарів і послуг домогосподарствами, підприємствами, органами управління всіх рівнів, що здійснюється через сферу товарного обігу національної економіки [2].

В. Лагутін визначає внутрішній ринок як «цілісну систему соціально-економічних відносин у межах території країни між покупцями, продавцями та торговими посередниками щодо руху товарів і грошей, що забезпечує реалізацію потреб економічних суб'єктів у товарах (послугах, роботах), а також систему соціально-економічних відносин і сукупність інституцій у сфері товарного обігу, що опосередковують взаємовідносини між виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на внутрішній території країни» [5].

Велика кількість визначень представлена також в енциклопедичних і довідкових посібниках. Зокрема, Б. Райзберг, Л. Лозовський, Л. Стародубцева стверджують, що внутрішнім є ринок, що діє всередині країни, у її межах [6].

С. Мочерний внутрішній ринок визначає як систему економічних відносин у процесі обміну товарами, цінними паперами та послугами, що виникають між виробником і споживачами матеріальних благ і послуг; продукт суспільного поділу праці [7].

А. Загородній, Г. Вознюк визначають внутрішній ринок як сферу обертання товарів і послуг у межах національної економіки.

З. Живко, М. Живко, І. Живко визначають внутрішній ринок як товарообіг, обмежений рамками державного кордону [8].

В. Коломойцев вважає внутрішній ринок сферою товарного обміну, що обмежена державними кордонами; сукупністю економічних відносин товаровиробників і споживачів стосовно реалізації товару [9].

Н. Попадинець стверджує, що внутрішній ринок може розглядатися як:

– територіально-інституціональне утворення;

Таблиця 1

Аспекти розуміння внутрішнього ринку

Автори	Місце зустрічі продавців і покупців	Територія, на якій відбувається процес купівлі-продажу	Відокремлений суб'єкт господарювання	Список поведінки господарюючих суб'єктів	Сукупність економічних відносин у сфері обміну	Механізм взаємодії між виробниками та споживачами	Інструмент подолання інтересів продавців і покупців	Список організацій суспільного виробництва	Список господарського мислення	Сумарний платоспроможний попит на товар
В. Точилін, Т. Остащенко, О. Пустовойт		*			*	*				*
В. Бодров, Н. Балдич, В. Гусєв		*				*				*
О. Михайленко		*				*				
В. Лагутін		*			*	*				
Б. Райзберг, Л. Ловський, Л. Стародубцева		*			*	*				
С. Мочерний		*			*	*				
А. Загородній, Г. Вознюк, З. Живко, М. Живко, І. Живко		*			*	*				
В. Коломойцев		*			*	*				
Н. Попадинець		*			*	*				*

– сфера товарного обігу, що функціонує в межах державного кордону і регулюється органами влади цієї країни;

– складова макроекономічної системи суспільства, що представлена товарними, грошовими і фінансовими потоками національного капіталу, а також де за певного рівня цін відбувається розподіл обмежених виробничих ресурсів, інвестиційних, споживчих товарів і послуг [10].

Широта та багатформатність визначень цього поняття охоплює його трактування в різних аспектах, за винятком чотирьох (місце зустрічі продавців і покупців, відокремлений суб'єкт господарювання, спосіб поведінки господарюючих суб'єктів, спосіб господарського мислення). Спостерігається розмаїття поглядів науковців, що свідчить про відсутність одностайності та наявність певних суперечностей окремих теоретичних підходів, в межах яких відбувались дослідження внутрішнього ринку.

Провівши контент-аналіз розмаїття понять внутрішнього ринку, ми провели їх розподіл з точки зору багатоаспектності розуміння ринку як такого (табл. 1).

Як видно з результатів аналізу, представленого у табл. 1, більшість вчених (78,95%) трактує внутрішній ринок, розглядаючи його з позиції території, на якій відбувається процес купівлі-продажу (товарообмін, товарообіг).

Близько 31,58% науковців розглядає внутрішній ринок як сукупність (систему) відносин у сфері обміну.

Кількість вчених, що розглядають внутрішній ринок як механізм (спосіб) взаємодії між виробниками-продавцями та споживачами-покупцями продукції, складає також 31,58% від загальної кількості.

Як певний інструмент погодження інтересів продавців і покупців розглядали внутрішній ринок 10,53% вчених, як відображення сумарного платоспроможного попиту – також 10,53%.

Як спосіб організації суспільного виробництва внутрішній ринок розглядають 5,26% вчених.

На наш погляд, пояснити існування цих суперечностей можна тим, наскільки різняться погляди на об'єкт дослідження внутрішнього ринку, що проводились науковцями, які були представниками різних теоретичних шкіл.

В нашому дослідженні ми спрямовуємо увагу на розвиток внутрішнього ринку товарів, тому розглянемо поняття «внутрішній ринок товарів» з боку різних економічних теорій.

Дослідження сутності поняття «внутрішній ринок товарів» можна здійснювати відповідно до постулатів класичної, неокласичної, кейнсіанської, інституціональної та неоінституціональної теорій, а також теорій економічного росту.

Згідно з класичною економічною теорією, засновником якої вважається А. Сміт, під час

дослідження внутрішнього ринку товарів акцентується увага на товарообмінних операціях та цінах на товари.

А. Сміт, досліджуючи джерела багатства народів, довів, що багато в чому воно зумовлене успіхом здійснення товарообмінних операцій, завдяки яким всі члени суспільства тісно пов'язані між собою.

Основну ж інформацію щодо здійснення торговельних (товарообмінних) операцій, як вважав дослідник, можна отримати, проаналізувавши ціни на товари та послуги, які формуються під дією попиту та пропозиції. Саме товарообмінні операції та ціни А. Сміт пропонував розглядати як складові елементи ринку, що утворюють об'єкт та предмет його дослідження.

Розгляд внутрішнього ринку товарів, згідно з неокласичною економічною теорією (Л. Вальрас, А. Маршал, В. Паретто, Р. Солоу та ін.), передбачає вивчення функціональних зв'язків між явищами та структурними елементами цього ринку.

Основну увагу під час вивчення ринку товарів представники цієї теорії приділяли споживачу, механізму формування ринкової ціни, структурі потреб споживача і можливості їх задоволення за певного рівня доходів.

Інституціональна теорія під час вивчення внутрішнього ринку товарів вимагає обов'язкового розгляду правил, що функціонують на цьому ринку, та транзакційних витрат, пов'язаних з купівлею-продажем товарів. Її представниками є Т. Веблен, У. Мітчелл, Дж. Гелбрейт, Я. Тінберген [11]. Прихильниками цього напряму було встановлено, що обсяг торговельних операцій, видів товарів, обмін якими відбувається на ринку товарів, залежить від того, які правила діють на ньому. Такі правила (інституції), запроваджені з метою визначення прав та обов'язків тих, хто здійснює торговельні операції (транзакції), порядку подолання конфліктів між ними, спрощують взаємодію між учасниками торгів та зменшують транзакційні витрати, тобто витрати на здійснення транзакцій обміну (ринкових угод), сприяючи розширенню ринку.

Засновником цієї теорії є Р. Коуз, який у своїх наукових роботах навів аргументовані докази, що без урахування витрат на здійснення транзакцій обміну неможливо пояснити роботу економічної системи та надати рекомендації щодо її регулювання.

Поява кейнсіанської теорії зробила переворот в економічній науці. Кейнсіанці розглядали ринок товарів через активне втручання держави у формування та стимулювання ефективного попиту за допомогою державних закупок товарів [11].

Найбільш близьким до нашого розуміння внутрішнього ринку товарів є його розгляд з позиції теорії економічного зростання. В їх рамках розгляд внутрішнього ринку товарів вбачається як

децентралізований інституційно-структурований товарообмін, який визначає остаточний вибір (поведінку) учасників ринку під час товарообміну та збільшує мобільність обмежених виробничих ресурсів, що забезпечує їхнє використання найбільш цінним способом для максимального задоволення потреб суспільства в благах. Такий погляд передбачає, що результати функціонування цього ринку є потужним засобом стабільного економічного зростання економіки загалом.

Висновки з проведеного дослідження.

Результати дослідження категоріально-понятійного апарату визначення внутрішнього ринку демонструють поняття «внутрішній ринок» як складну соціально-економічну категорію яка базується на великій кількості думок економістів-науковців. Широта та багатоформатність визначень цього поняття охоплює його трактування в різних аспектах, проте більшість вчених трактує внутрішній ринок, розглядаючи його з позиції території, на якій відбувається процес купівлі-продажу (товарообмін, товарообіг).

Неможливо не погодитися з думкою науковців, які розглядають внутрішній ринок як сукупність (систему) відносин у сфері обміну та як механізм (спосіб) взаємодії між учасниками ринку (виробниками-продавцями та споживачами-покупцями).

Безумовно, пояснити існування суперечностей у визначенні поняття «внутрішній ринок» можна наявністю різних поглядів на об'єкт дослідження внутрішнього ринку, що проводились науковцями, які були представниками різних теоретичних шкіл.

Слід зазначити, що об'єктом дослідження найчастіше називають процес або явище, що породжує проблему в певній сфері людської діяльності, яка вибирається для вивчення. Тобто об'єктом дослідження є фактично те, на що спрямована пізнавальна діяльність дослідника.

Таким чином, результати дослідження набули подальшого розвитку визначення понятійного апарату економічної категорії «внутрішній ринок» з позиції різних теоретичних шкіл.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мірко Н. Державне регулювання внутрішнього ринку та шляхи його активізації. Сучасні питання економіки і права. 2011. Вип. 2. С. 34–40.
2. Пустовойт О. Внутрішній ринок України: потенційні та реальні можливості впливу на економічне зростання. Економіка України. 2007. № 3. С. 50–58.
3. Бодров В., Балдич Н., Гусєв В. та ін. Внутрішній ринок України: теорія та стратегія посткризового розвитку: наук.-метод. розробка / за заг. ред. В. Бодрова. Київ: НАДУ, 2011. 80 с.
4. Михайленко О. Роль внутрішнього ринку у соціально-економічному розвитку країни. Економіка України. 2002. № 10. С. 37–42.
5. Лагутін В. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 327 с.
6. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Э. Современный экономический словарь. Москва: ИНФРА-М, 1996. 496 с.
7. Економічна енциклопедія: у 3 т. / відп. ред. С. Мочерний. Київ: Академія, 2002. Т. 1. 864 с.
8. Живко З., Живко М., Живко І. Словник сучасних економічних термінів. Львів: Край, 2007. 384 с.
9. Коломойцев В. Універсальний словник економічних термінів: навчальний посібник. Київ: Молодь, 2000. 384 с.
10. Попадинець Н. Внутрішній ринок: підходи до визначення. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2015. Вип. 6. С. 124–129.
11. Леоненко П., Юхименко П. Історія економічних вчень: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2008. 639 с.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE JOINT TERRITORIAL COMMUNITY AS A COMPONENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL

УДК 332.1

Маркіна І.А.

д. е. н., професор,
завідувач кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія

Прилипка І.О.

студент
Полтавська державна аграрна академія

Свириденко С.І.

студент
Полтавська державна аграрна академія

У статті досліджено поняття соціально-економічного розвитку сільських територій. Досліджено проблему розвитку місцевого самоврядування. Розглянуто сутність та зміст поняття «територіальна громада». Виділено основні ознаки територіальної громади. Визначено необхідність проведення реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади.

Ключові слова: громада, об'єднана територіальна громада, стратегія розвитку, соціально-економічний розвиток, децентралізація.

В статье исследовано понятие социально-экономического развития сельских территорий. Исследована проблема развития местного самоуправления. Рассмотрены сущность и содержание понятия «территориальная община». Выделены основные признаки территориальной общины.

Определена необходимость проведения реформы местного самоуправления и децентрализации власти.

Ключевые слова: община, объединенная территориальная община, стратегия развития, социально-экономическое развитие, децентрализация.

The article explores the concept of socio-economic development of rural territories. The problem of development of local self-government is investigated. The essence and content of the concept "territorial community" are considered. The main features of the territorial community are highlighted. The necessity of carrying out the reform of local self-government and decentralization of power is determined.

Key words: community, united territorial community, development strategy, social and economic development, decentralization.

Постановка проблеми. Останніми роками в Україні досить активно досліджувались проблеми сталого розвитку загалом, дещо менше приділялось уваги сталому розвитку сільського господарства і сталому розвитку сільських територій. Науковці всього світу визнають, що сталий розвиток включає економічний, інноваційний, соціальний та екологічний аспекти. За цими напрямками українське село не те що стало розвивається, а швидше, стало деградує. Тому проблема сталого розвитку саме сільських територій є надзвичайно актуальною і вимагає негайного вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Концепція сталого розвитку посіла належне місце у дослідницькому арсеналі вітчизняної аграрної економічної науки. Так, у зазначену проблему вагомий внесок зробили відомі вчені, зокрема Б. Андрушків, О. Батанов, І. Бутко, М. Грушевський, М. Долішній, Н. Кирич, О. Мороз, М. Орзіх, М. Орлатий, П. Саблук, П. Саєнко, О. Скакун, С. Співак, В. Юрчишин.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності і змісту терміна «територіальна громада», а також понять забезпечення соціально-економічного розвитку територіальної громади.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Економічна ситуація, яка склалася в межах сільських територій, вимагає корінних економічних реформ, формування різних господарських структур, що відкриває широкі можливості підприємницької діяльності, а загалом сприятиме економічному розвитку сільських територій.

З огляду на сучасні трактування сталий розвиток сільських територій можна охарактеризувати як рівномірне нарощування позитивних соціальних показників (життєвого рівня населення, освіти, здоров'я тощо), що повністю відповідають економічному та екологічному розвитку сільської місцевості.

З огляду на це соціально-економічний розвиток сільських територій – це об'єктивний процес, що відбувається в країні під впливом економічних, політичних, соціальних, демографічних, ресурсних та інших чинників. З іншого боку, розвиток сільських територій – це суб'єктивний процес, адже він відбувається під впливом управлінських рішень сільської, районної, обласної та загальнодержавної влади.

Процес дослідження питань забезпечення сталого економічного розвитку передбачає формування системи показників, які, з одного боку, деталізуватимуть фактори впливу на кінцевий результат і так визначатимуть доцільні напрями регулюючого впливу, а з іншого боку, даватимуть змогу оцінити ефективність заходів, здійснених з цією метою. Фактично такі показники є індикаторами сталого розвитку економічної системи. У своїй сукупності вони утворюють соціально-економічну модель, сфера реалізації якої не повинна виходити за рамки сфери екологічної сталості. Це означає, що кожне економічне рішення, що приймається органами державного управління на всіх його рівнях, має бути вивірене щодо відповідності конкретним екологічним обмеженням. Наявні та потенційно досяжні засоби й можливості для здійснення впливу на характер розвитку соці-

ально-економічної системи визначають напрями та темпи зміни показників, а отже, рамки сфери її сталості.

Таким чином, перехід до сталого розвитку сільських територій дає змогу забезпечити комплексне та інтегроване рішення основних проблем сільських територій в рамках єдиної концепції, в центрі якої знаходиться сільський житель.

Виклики сучасності актуалізують проблему розвитку місцевого самоврядування, розширення прав та повноважень територіальних громад через їх об'єднання, що в усьому світі розглядається як ознака демократичного вибору країни. Об'єднання територіальних громад спрямоване на покращення соціально-економічної системи та підвищення рівня життя населення, що є одним із найбільш пріоритетних напрямів державної політики [10].

В Україні самоврядні традиції існують ще з часів Київської Русі, а еволюцію територіальної громади одним із перших досліджував М. Грушевський. Він простежив процес розвитку територіальної громади, починаючи з родин та родів, а також показав, як на певному етапі розвитку родинні зв'язки слабшали, а зміцнювалися «мотиви» територіальної близькості, сусідства, солідарності територіальної й економічної; як внаслідок поділу родин «рідні осідали побіч себе групами, і пізніше, як розросталися й ділилися ширші родини, на старих займанщинах повставали нові родини, зв'язані спорідненням і творили громаду» [3].

Згідно з визначенням, наведеним в «Енциклопедії державного управління», в загальному значенні «територіальна громада» розуміється як спільнота людей, які об'єднані різноманітними стійкими формальними та неформальними зв'язками, що обумовлені спільним проживанням у межах села, селища, міста [4].

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» трактує поняття «територіальна громада» як жителів, які об'єднані постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або як добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр [9].

О. Скакун визначає, що територіальна громада є сукупністю громадян – носіїв права, які об'єднані за територіальною ознакою, а також має відповідні юридичні можливості для реалізації цього права [12].

О. Батанов поняття територіальної громади розуміє як первинний суб'єкт місцевого самоврядування, що складається з фізичних осіб – жителів (громадян України, іноземних громадян, осіб без громадянства, біженців, вимушених переселенців), які постійно мешкають, працюють на території села (або добровільного об'єднання в спільну громаду кількох сіл), селища або міста, безпосе-

редньо або через сформовані ними муніципальні структури вирішують питання місцевого значення, мають спільну комунальну власність, володіють на даній території нерухомим майном, сплачують комунальні податки, а також пов'язані індивідуальними територіальними зв'язками системного характеру [1].

І. Бутко трактує територіальну громаду як людей, які мешкають у певних територіальних межах та об'єднані спільними інтересами [2].

М. Орзіх вважає, що територіальна громада – це первинний суб'єкт місцевого самоврядування, що має власні інтереси, до складу якого входять громадяни України, іноземці, особи без громадянства, які постійно мешкають або працюють на даній території, або володіють нерухомим майном, або сплачують місцеві податки та збори [6].

На думку О. Кондрашова, територіальна громада – це сукупність громадян України, котрі спільно проживають у міському чи сільському поселенні, мають колективні інтереси і визначений законом правовий статус [5].

Як бачимо, єдність думок науковців щодо визначення поняття «територіальна громада» відсутня. Проте всі вони вважають, що це сукупність людей, яких об'єднують певні колективні інтереси.

З вищезазначеного можна виокремити такі основні ознаки територіальної громади:

1) інтеграційна ознака, яка пояснюється тим, що територіальна громада виступає як сукупність фізичних осіб, причому законодавче застосування узагальнюючого терміна «жителі» дає підстави включити до її складу не лише громадян України, але й іноземних громадян і осіб без громадянства, які перебувають на території України на законних підставах;

2) територіальна ознака, яка дає підстави вважати, що громада формується як сукупність тих осіб, які пов'язані з територією певного населеного пункту фактом постійного проживання (опосередковано Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» вказує і на такий вид громад, як територіальна громада району в місті (ст. ст. 6, 16);

3) інтелектуально-комунікативна ознака, яка пояснюється існуванням системи різноманітних інтересів, соціальних зв'язків і відносин, дія яких приводить до утворення громадської інфраструктури громади, до якої можна віднести різноманітні організаційні форми та інститути, спрямовані на задоволення потреб та інтересів членів громади, громадські об'єднання, засоби масової інформації, органи самоорганізації населення, підприємства, організації, суб'єкти підприємницької діяльності тощо;

4) функціонально-цільове спрямування, яке означає, що територіальна громада має самостійні функції та компетенцію у вирішенні питань місцевого значення, що визначають особливе

місце та роль цього суб'єкта в системі місцевого самоврядування;

5) організаційна ознака, яка передбачає, що територіальна громада як первинний суб'єкт місцевого самоврядування запроваджує організаційну систему, тобто сукупність інститутів і форм здійснення місцевого самоврядування (її складовими виступають система форм безпосереднього здійснення громадою місцевого самоврядування та система органів і посадових осіб місцевого самоврядування);

6) майнова ознака, яка пояснюється тим, що важливим елементом правового статусу територіальної громади є характеристика її як суб'єкта права комунальної власності; громада має право володіти, користуватися і розпоряджатися на свій розсуд і у своїх інтересах належним їй майном як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування;

7) історико-культурна ознака, яка характеризується впливом чинників історико-культурного характеру, під дією яких формуються соціокультурні надбання, що шануються громадою як особлива цінність, а саме звичаї, традиції, свята; історичні, культурні та інші особливості та традиції територіальної громади відбиває її символіка, зокрема герб, прапор.

О. Мороз пропонує такий перелік ознак територіальної громади [5]:

- спільна територія існування (може включати проживання, територію, володіння нерухомим майном);

- спільні інтереси у вирішенні питань життєдіяльності;

- соціальна взаємодія у процесі реалізації цих інтересів;

- психологічна самоідентифікація кожного члена з громадою;

- спільна комунальна власність;

- сплата комунальних податків.

Загалом необхідність проведення реформи місцевого самоврядування викликана низкою причин. Через велику подрібненість територіальних громад, відсутність власних можливостей розвитку, старіння населення, значний відтік економічно активної його частини поглиблюються проблеми економічно-соціального розвитку, зокрема надання громадянам, насамперед із сільської місцевості, якісних послуг, забезпечення конституційного права на працю тощо, відповідальність за які несуть органи місцевого самоврядування. Необхідність постійної підтримки малочисельних громад з використанням системи дотацій стримує розвиток сіл, селищ та малих міст. Це спричиняє зростання кількості міського населення, розширення меж міст, ускладнення вирішення проблем забезпечення мешканців відповідною інфраструктурою, соціальними послугами. Усе це потребує,

з одного боку, розширення повноважень органів місцевого самоврядування, а з іншого боку, впровадження механізмів контролю ефективного використання місцевих ресурсів з боку членів їхніх територіальних громад.

Нині в Україні реалізуються реформа місцевого самоврядування та децентралізація влади, яка передбачає передачу більших повноважень і ресурсів на рівень територіальних громад. Важливою складовою та запорукою реалізації цієї реформи є формування спроможних громад, що відбувається шляхом об'єднання територіальних громад.

Важливо зазначити, що децентралізація управління виступає однією із ключових реформ, які проводяться в Україні упродовж кількох останніх років. Її основний сенс полягає у передачі значної частини адміністративних повноважень і фінансових ресурсів з центрального (урядового) щабля на рівень органів місцевого самоврядування. При цьому ключовим принципом здійснення децентралізації виступає принцип субсидіарності.

Реформа місцевого самоврядування та територіальної організації влади на засадах децентралізації, концептуальні засади якої були схвалені у 2014 році, а практична реалізація якої розпочалась у 2015 році, виявилась однією з найрезультативніших і найпомітніших із проголошених стратегічних реформ. Оскільки реформа децентралізації спрямована на створення сучасної системи місцевого самоврядування в Україні на основі європейських цінностей розвитку місцевої демократії, наділення територіальних громад повноваженнями та ресурсами, що забезпечать місцевий економічний розвиток, надання населенню високоякісних та доступних публічних послуг, роль об'єднаних територіальних громад у забезпеченні інтересів громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території має стати ключовою.

Тому реформа децентралізації отримала досить широку підтримку громадськості та експертного середовища України. Причому найвищу підтримку реформи зафіксовано в регіонах, що є лідерами у формуванні об'єднаних територіальних громад.

У квітні 2017 року уряд прийняв Розпорядження «Про затвердження середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік». У середньостроковому плані реформа децентралізації знаходиться серед ключових пріоритетів у формуванні системи ефективного врядування в державі. Таким чином, прийнято середньострокову маршрутну карту реформи, що дає можливість громадам планувати і бюджети, і свій розвиток не на рік, а на перспективу. Середньостроковим планом передбачено стовідсоткове об'єднання місцевих

рад базового рівня у спроможні територіальні громади до 2020 року [8].

У 2017 році після прийняття низки законів, що врегулювали проблемні питання об'єднання, процес формування об'єднаних територіальних громад отримав новий імпульс до активізації. Станом на кінець травня 2017 року в Україні утворено 413 об'єднаних територіальних громад, що об'єднали 5 258 населених пунктів, в яких відбулись перші вибори органів місцевого самоврядування [11].

Слід зазначити, що під час формування стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади необхідно враховувати зовнішні та внутрішні умови, наявність ресурсів і можливостей та передбачувані ризики. Стратегія розвитку повинна бути спрямована перш за все на підвищення конкурентоспроможності та створення сприятливого інвестиційного клімату. Таким чином, стратегія виступає не тільки як інструмент обґрунтування, вироблення і реалізації цілей і задач виробничого, науково-технічного, економічного, організаційного і соціального характеру, не тільки як фактор, що регулює діяльність територіальної громади доти, поки намічених цілей й задач не буде досягнуто, але й як засіб зв'язку громади з ринковим середовищем [10].

Водночас варто виділити ознаки ефективної стратегії розвитку. Серед них слід назвати наявність конкретних цілей, реалістичність, гнучкість, внутрішня структурність та узгодженість, концептуальна ясність, логічність і простота формулювання оперативних цілей, деталізація, оптимальний часовий проміжок, конкретні терміни реалізації цілей, раціональний рівень ризику, простота і зрозумілість завдань у межах програм та проектів [7].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, об'єднання територіальних громад є запорукою переходу місцевого самоврядування на якісно новий рівень, а продовження запровадження політики децентралізації управління має стати дієвим фактором стабілізації соціально-економічної ситуації, подолання суперечностей між різними рівнями влади; сприяти підвищенню ефективності використання бюджетних коштів на всіх рівнях управління. Головні завдання децентралізації на середньострокову перспективу полягають у завершенні формування спроможних територіальних громад на всій території країни, посиленні інституційної та ресурсної спроможності громад, запровадженні стратегічного планування розвитку об'єднаних територіальних громад, розбудові їх інфраструктури, підвищенні якості надання усього спектру публічних послуг населенню.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Батанов О. Територіальна громада – первинний суб'єкт муніципальної влади в Україні: поняття та ознаки. Вісник центральної виборчої комісії. 2008. № 2(12). С. 46–52.
2. Бутко І. Деякі проблеми становлення і розвитку територіального самоврядування в Україні. Місцеве та регіональне самоврядування України. 1992. № 3. С. 6–10.
3. Грушевський М. Історія України-Русі: в 11 т. / редкол.: П. Сохань (голова) та ін. Київ: Наукова думка, 1995. 12 кн. Т. 6. 352 с.
4. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / наук.-ред. колегія: Ю. Ковбасюк (голова) та ін. Харків: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2011. Т. 5: Територіальне управління / за ред. О. Амосова, О. Ігнатенка, А. Кузнецова. 408 с.
5. Мороз О. Територіальна громада: сутність становлення та сучасні українські реалії. Демократ. врядування. 2008. Вип. 2. URL: www.nbu.gov.ua.
6. Орзіх М. Концепція правового статусу самоврядних територій і органів місцевого самоврядування. Місцеве та регіональне самоврядування України. 1995. Вип. 1–2(10–11). С. 67.
7. Про затвердження порядку розроблення, проведення моніторингу та оцінки реалізації регіональних стратегій розвитку: Постанова Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2011 року № 1186. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1186-2011-p>.
8. Про затвердження середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій ряду на 2017 рік: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 квітня 2017 року № 275-р. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249935442>.
9. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.
10. Сасенко П. Теоретичні засади формування стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 7. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/100.pdf.
11. Сайт Центральної виборчої комісії. URL: https://www.drv.gov.ua/portal!/cm_core.cm_index?option=ext_gromada&prejim=1&pmn_id=145.
12. Скакун О. Теорія держави і права (Енциклопедичний курс): підруч. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків: Еспада, 2009. 752 с.
13. Андрушків Б., Кирич Н., Співак С. та ін. Стратегія розвитку адміністративного району (Концептуальні засади організації соціально-економічного розвитку адміністративного району в контексті формування добровільних об'єднань територіальних громад Лановеччини. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2017. 456 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ПОГЛЯД І ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ

THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE INNOVATIVE MARKETING: RETROSPECTIVE VIEW AND VECTORS OF DEVELOPMENT

У статті з ретроспективного погляду проаналізовано становлення та розвиток інноваційного напрямку в теорії маркетингу. Уточнено дефініцію «інноваційний маркетинг підприємства» з позиції орієнтації на клієнта. Визначено детермінанти формування та функції інноваційного маркетингу на підприємстві. Запропоновано як критеріальну ознаку інноваційного маркетингу підприємства показник вартості клієнта. Обґрунтовано вектори розвитку інноваційного маркетингу на підприємствах.

Ключові слова: інновація, інноваційний маркетинг підприємства, вартість клієнта, маркетинг, ціннісні конкурентні переваги, цифровізація економіки.

В статье с ретроспективного взгляда проанализированы становление и развитие инновационного направления в теории маркетинга. Уточнена дефиниция «инновационный маркетинг предприятия» с позиции ориентации на клиента. Определены детерминанты формирования и функции инновационного маркетинга на предприя-

тии. Предложен в качестве критериального признака инновационного маркетинга предприятия показатель стоимости клиента. Обосновано векторы развития инновационного маркетинга на предприятиях.

Ключевые слова: инновация, инновационный маркетинг предприятия, стоимость клиента, маркетинг, ценностные конкурентные преимущества, цифровизация экономики.

The article deals with the retrospective view on the innovations development of the theory marketing. The paper proposed definition the notion “innovation marketing enterprise” in the context customer orientations. The study assesses the determinants and function of innovative marketing. Proposed the customer value indicator is a criterion of enterprise innovative marketing. Provided perspectives vectors for development of innovative marketing enterprises.

Key words: innovation, enterprise innovative marketing, customer value, marketing, value competitive advantage, digitalization of the economy.

УДК 339.138

Марчишин Н.Я.

аспірант кафедри економіки підприємств і корпорацій Тернопільський національний економічний університет

Постановка проблеми. З розвитком суспільства спостерігаємо зростання виробничих потужностей підприємств, яке приводить, з одного боку, до поступового перенасичення ринку товарами, а з іншого боку, до появи проблеми збуту виготовленої продукції, що зумовлює якісні зміни в маркетингу та її орієнтацію на формування споживачьких запитів.

Ретроспективний аналіз теорії маркетингу виокремлює п'ять концепцій. Зокрема, спочатку виділені фундатором теорії маркетингу Ф. Котлером «удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу», а пізніше й «інноваційного маркетингу» [7, с. 41; 11, с. 32–38]. В цій площині вважаємо дискусійним виділення групи соціально-етичного маркетингу, адже будь-яка діяльність повинна бути спрямованою на «підвищення благополуччя споживача та суспільства загалом» [11, с. 36]. Отже, інноваційний маркетинг, безумовно, вміщує соціально-етичні характеристики, значення яких і надалі, зростатиме. Крім того, базування концепції маркетингу на теорії суверенітету споживача та її «орієнтація на потреби клієнтів, підкріплені комплексними зусиллями маркетингу, націленими на забезпечення споживчого задоволення», в нинішніх умовах господарювання виявились недостатніми для досягнення основної мети підприємства, що полягає у формуванні «вартісної спрямованості на забезпечення конку-

рентних переваг» [8, с. 316; 11, с. 35]. Власне, цей факт і є головною причиною появи концепції інноваційного маркетингу, практична реалізація якої дає змогу не лише забезпечувати задоволення споживачів, але й формувати «свідомий попит» на корисну, якісну, безпечну, органічну продукцію, яка має вищу цінність, а її споживання дасть змогу підвищувати продуктивність праці. Усе вищенаведене доводить доцільність вивчення інноваційного маркетингу та напрацювання напрямів активізації його розвитку на вітчизняних підприємствах, що і є предметом нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поява напрямку інноваційного маркетингу на підприємстві в різних аспектах вивчалася О. Вікарчук [1], П. Друкером [29], П. Дойлем [3; 30; 31], Дж. Евансом [5], Н. Ілляшенко [7], С. Ілляшенко [8], Ф. Котлером [10–12], Ж. Ламбен [13], А. Павленком [14], Я. Матковською [15], Н. Чухрай [25; 26] та іншими науковцями.

Найдоцільніше з економічної точки зору поєднання термінів «маркетинг» та «інновація» як функцій підприємництва запропонував у своїх дослідженнях П. Друкер [29, с. 52]. В нинішніх умовах перманентних змін, які зумовлюють швидкі трансформації економічних систем, формування потенційно-свідомого споживання вимагає доповнення класичного маркетингу, запропонованого вперше у 1960 р. Ф. Котлером як «діяльності, спрямованої на задоволення вимог і потреб посе-

редництвом обміну», доповненого Дж. Евансом ознаками «прогнозування, управління <...> попиту на товари, послуги, організації, людей, території та ідеї посередництвом обміну» характеристикою інноваційності [5, с. 4; 11, с. 29]. Адже такий напрям дасть змогу покращити комерціалізацію як традиційної, так і інноваційної продукції підприємств.

Ретроспективний аналіз маркетингової концепції доводить зміни в цільовій його спрямованості, які відбулися від покращення організації продажу виготовленої продукції на основі удосконалення рекламної, промоційної політики, переходу від індивідуального до мегамаркетингу, що зумовлене процесами глобалізації економіки до появи «традиційного», «сучасного», «пасивного», «операційного», «маніпулюючого, дикого», «стратегічного», «інноваційного», що привело до формування сучасного «феномена мультипарадигмальності маркетингу» [13, с. 48–53; 15; 34, с. 7].

Фундаментальною основою інноваційного маркетингу є доповнення концепції маркетингу Ф. Котлера, Дж. Еванса концептуальними положеннями теорії інновацій Й. Шумпетера [5; 11; 12; 27]. Пропонована Й. Шумпетером структуризація інновацій охоплювала маркетингові аспекти, зокрема в напрямках «виробництва нового продукту чи відомого продукту в новій якості», «освоєння нового ринку збуту» чи «залучення до виробничого процесу нових джерел сировини» [24, с. 7; 27, с. 329]. Таким чином, можемо стверджувати, що у дослідженні Й. Шумпетера йшлося саме про інноваційний маркетинг. Водночас вивчення публікацій також підтверджують, що розуміння інновації Ф. Котлером як «результатів людської праці, представлених у вигляді ідеї, послуги чи товару, які є для споживача новими» повністю відповідає твердженням Й. Шумпетера [10, с. 222; 27, с. 32]. Робив акцент на взаємозв'язках між інноваціями та маркетингом у своїх дослідженнях і П. Друкер, виділяючи серед джерел інновацій «цінності» [29, с. 44]. При цьому виявлення перших є результатом маркетингових досліджень ринку, тоді як другі вимагають формування попиту, що є головним завданням інноваційного маркетингу.

В результаті еволюції класична концепція маркетингу, тобто «орієнтована на споживача інтегрована цільова філософія фірми», нині доповнена ознакою інноваційності, сприяла розвитку інноваційного маркетингу [5, с. 5]. Підвищення зацікавленості концепцією інноваційного маркетингу зумовлене значною мірою посиленням впливу інновацій у всіх сферах господарського життя, перш за все в частині формування конкурентних переваг.

Низка науковців (Ф. Котлер, А. Павленко, А. Войчак, В. Кардаш) розуміння інноваційного маркетингу пов'язує з необхідністю «активного впливу на ринкові умови господарювання», забезпечення переходу підприємств на «якісно новий

рівень розвитку, досягнення високого рівня конкурентоспроможності за допомогою інноваційних розробок» [10; 14, с. 205]. Однак таке трактування, на нашу думку, є надміру узагальнюючим, що вимагає конкретних напрацювань в кожному випадку прийняття управлінських рішень.

Здебільшого інноваційний маркетинг прив'язують до вирішення загальної проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, наприклад С. Ілляшенко, О. Вікарчук розглядають його на основі «орієнтації виробництва і збуту на більш повне, ніж у конкурентів, задоволення наявних потреб споживачів за допомогою різного роду інноваційних перетворень» [1; 8. Водночас у Т. Гапоненко зустрічаємо обґрунтування необхідності впровадження інноваційного маркетингу як «інструмента забезпечення конкурентоспроможності» з урахуванням проблем, які мають місце «під час оцінювання ефективності інновацій» [2, с. 46]. Адже саме такий підхід передбачає «формування та стимулювання попиту на принципово нові інноваційні продукти, які призначені для задоволення потреб споживачів» [1]. Таким чином, тут враховано виключно сферу інноваційної продукції, що є неповним, адже оновлення маркетингових інструментів також може бути успішним і для покращення реалізації традиційної продукції.

Досить переконливим і широкомасштабним є обґрунтування важливості інноваційного маркетингу необхідністю формування інноваційного маркетингового потенціалу, пошуку конкурентних переваг у публікаціях О. Кузьміна, Н. Чухрай, О. Вікарчук [1; 4, с. 242–243]. Однак цей підхід до трактування інноваційного маркетингу обмежений виключно інноваційною складовою, що, на нашу думку, є не повною характеристикою дефініції. Отже, зазвичай у всіх фахових публікаціях наголошується на зростаючій ролі інноваційного маркетингу в розвитку підприємств з огляду на покращення потенційних можливостей до формування конкурентних переваг, що не викликає заперечень і доводить популярність таких досліджень.

Ретроспективний аналіз теорії маркетингу засвідчив її активний розвиток, відображений чисельними напрямками, а в сучасних умовах трансформації економічної системи інноваційним спрямуванням. Зважаючи на те, що цифрова економіка посилюватиме вплив ознаки інноваційності, можемо говорити про подальше зростання ролі інноваційного маркетингу у формуванні нових конкурентних переваг підприємств. Проаналізовані вище дослідження вміщують погляд на інноваційний маркетинг здебільшого як складової «інновацій», тоді як «традиційна продукція» залишається поза його межами. Наведене вище є аргументами в обґрунтуванні доцільності подальших наукових досліджень у сфері теоретичних аспектів розвитку інноваційного маркетингу на підприємстві.

У вивчених наукових публікаціях оминається увагою зміна цільових орієнтирів інноваційного маркетингу в напрямі створення і промоції нової цінності. У зв'язку з цим доцільним є уточнення цілей формування інноваційного маркетингу на підприємстві, їхнього співвідношення із загальною орієнтацією суб'єкта та їхнього врахування в уточненні понятійного апарату.

Особливої актуальності пропонований напрям дослідження набуває для вітчизняних підприємств у зв'язку з відкриття висококонкурентного ринку ЄС. Адже саме сфера інноваційного маркетингу спроможна забезпечити якісне покращення конкурентних переваг українських виробників, а отже, можливості економічного зростання на основі отримання валютної виручки. Наведені вище аргументи доводять, що напрям інноваційного маркетингу є відносно новим, недостатньо вивченим, а з урахуванням постійної новизни, притаманної для ознаки інноваційності та сприятливі умови для її прояву в сучасних умовах господарювання він є перспективним дослідженням.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка теоретичних аспектів формування інноваційного маркетингу, визначення його детермінант та перспективних напрямів розвитку для посилення конкурентних переваг підприємства. Аналізуючи напрацювання в теорії маркетингу та враховуючи переважаюче зростання впливу інноваційної концепції в розвитку сучасних підприємств, можемо стверджувати, що їхнє поєднання і надалі формуватиме нові напрями таких досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи варіацію сутності поняття «інноваційний маркетинг», можемо говорити про відсутність законодавчо прийнятого однозначного трактування та виявлений дуалізм щодо його представлення в науковій думці. Зокрема, аналізуючи результати проведених досліджень, можемо виділити сформовані два поняття, такі як «інноваційний маркетинг» та «маркетинг інновацій», які науковці ототожнюють або ж розділяють [8; 9; 15; 16; 17; 25; 26].

Прихильники першого підходу ототожнюють поняття «маркетинг інновацій» та «інноваційний маркетинг», послуговуючись обмеженнями інноваційного товару чи узагальненого розуміння інновацій (наприклад, «створення і використання інновацій у маркетингу» у Є. Пересунько [16, с. 84–88]). Водночас в обох випадках помітною є концентрація виключно на інноваціях за вузького їх трактування, що є, на нашу думку, неповним.

Друга група науковців розмежовує поняття «маркетинг інновацій» та «інноваційний маркетинг», що є логічним, пояснюється різним їх змістовним наповненням та масштабами поширення (наприклад, О. Комарніст, Н. Алдохіна [9], Дж. Хріс-

тіансен [38], Я. Матковська [15], С. Ілляшенко [8], В. Сідельникова [17], Н. Чухрай, Т. Данилович [25; 26]). Вважаємо доцільним погодитися з такою думкою фахівців-маркетологів. При цьому відзначимо, що найбільш повним, на нашу думку, є тлумачення поняття маркетингу інновацій С. Ілляшенко, який конкретизує його «діями <...> щодо розроблення і просування на ринку нових товарів, послуг, технологій», виділяючи сфери прояву «процесами створення та поширення інновацій» [8, с. 36]. Отже, термін «маркетинг інновацій» передбачає межі в частині інновацій, виключаючи повністю традиційну продукцію. Однак інноваційні методи дослідження ринку традиційної продукції підприємства доцільно розглядати як інноваційний маркетинг. Таким чином, обмеження виключно інноваціями під час тлумачення поняття «інноваційний маркетинг» є недоречним, що доводили у своїх дослідженнях Ф. Котлер [12], П. Дойль [3], Ж.-Ж. Ламбен [13] та інші відомі маркетологи.

Вважаємо доцільним погодитися з твердженнями низки науковців [1; 14; 25; 26; 17] щодо простежування двох основних напрямів характеристики цього поняття. Так, в першій групі чітко виділено інноваційну ознаку, яка обмежує об'єкт вивчення виключно сферою інновацій, що, на нашу думку, є дискусійним моментом. Водночас в результаті такого підходу до терміна «інноваційний маркетинг» помітним є його ототожнення з поняттям «маркетинг інновацій», що звужує масштабність застосування. Адже за допомогою комплексу інноваційного маркетингу можна суттєво покращити промоцію, комерціалізацію чи ціноутворення і традиційної продукції підприємства.

У другій групі [3; 7; 8; 30; 31] помітною є ширша дефініція інноваційного маркетингу, що розкриває увесь спектр завдань його цільового призначення, зокрема створення цінності для споживача. Таким чином, це тлумачення дає змогу виокремити кінцевий результат від застосування інноваційного маркетингу на підприємстві, отриманий у вигляді «вартості клієнта», що зустрічаємо у низці сучасних досліджень, присвячених креації вартості підприємства на основі функціонування маркетингової складової інтелектуального капіталу, формування «інтелектуальних цінностей», розвитку «міжлюдських відносин як складової соціального капіталу», оновлення «вартісних конкурентних переваг» тощо [3; 19, с. 152–155; 20, с. 2; 21с. 20–26; 22, с. 166; 23, с. 235; 30; 31; 39]. Зважаючи на наведені вище аргументи, вважаємо це достатнім підтвердженням доцільності врахування цієї думки під час уточненні поняття «інноваційний маркетинг».

Узагальнюючи, зауважимо, що застосування терміна «інноваційний маркетинг» збільшує масштаби його поширення на весь комплекс маркетингу з інноваційними аспектами здійснення. Таким

чином, поняття «інноваційний маркетинг» поглинає термін «маркетинг інновацій», що розширює змістовну наповненість, інструменти та масштаби застосування через його поширення на постійно виникаючі нові види маркетингу (наприклад, промислового, страхового, інвестиційного).

Перехід економіки на новий етап розвитку посилює вплив ціннісних чинників в економічних дослідженнях конкурентних переваг. Так, серед основних напрямів досліджень інноваційного маркетингу формується елемент ціннісного обґрунтування, обумовленого рівнем корисності блага. Зауважимо, що такий вектор досліджень є ретроспективним аналізом теорії вартості, основоположні підходи якої було закладено класиками економічної теорії, зокрема А. Смітом в аспекті виділення «споживчої вартості» в процесі дослідження особливостей створення багатства [18, с. 87–90]. Отже, споживча вартість є характеристикою економічної категорії маркетингу, що підтверджує його взаємозв'язок із вартісною категорією. Вважаємо доцільним погодитися з твердженнями низки науковців [1; 14; 15; 17; 25; 26] щодо простежування двох основних напрямів характеристики цього поняття. Так, в першій групі чітко виділено інноваційну ознаку, яка обмежує об'єкт вивчення виключно сферою інновацій, що, на нашу думку, є дискусійним моментом. Водночас в результаті такого підходу до терміна «інноваційний маркетинг» помітним є його ототожнення із поняттям «маркетинг інновацій», що звужує масштабність застосування. Адже за допомогою комплексу інноваційного маркетингу можна суттєво покращити промоцію, комерціалізацію чи ціноутворення і традиційної продукції підприємства.

В умовах трансформації господарських систем економічне обґрунтування отримує теза М. Портера, що «конкурентна перевага є функцією ланцюга вартості фірми» з оцінюванням в подальших дослідженнях «вартості покупця» [22; 35, с. 96; 36, с. 130–146]. Нині спостерігаємо активізацію досліджень, яка відбувається в межах концепції управління вартістю. Так, привертають увагу публікації з широкої проблематики, зокрема креації вартості А. Рапппорта [37]; маркетингу вартості П. Дойля щодо впливу лояльності клієнтів на формування вартості для клієнтів [30, с. 46; 31, с. 23, 24]; максимізації вартості, створеної для акціонерів, у Т. Копеланда, Т. Коллера та Дж. Муріна [39; с. 101–108]; максимізації вартості акціонерного капіталу товариств у П. Контеса [40, с. 207–213] тощо. Однак ці дослідження здійснені виключно на прикладі корпоративного сектору, що хоча й пояснюється швидким розвитком останнього, проте обмежує масштаби застосування поняття акціонерної вартості.

Особливості розвитку економічних систем в сучасних умовах господарювання поступово

переміщують на передній план ціннісні чинники. З огляду на такий стан речей зростає зацікавленість вивченням їхнього впливу на усі сфери господарського життя, зокрема інноваційний маркетинг. Для підтвердження правильності зроблених висновків використано численні наукові дослідження, зокрема щодо ланцюга вартості М. Портера [30; 31]; маркетингу, орієнтованого на вартість, як управлінського процесу, скерованого на максимізацію доходів акціонерів, П. Дойля; результативного маркетингу, двигуна вартості для акціонерів П. Фіском [30, с. 84; 33, с. 309]; пропозиції щодо розвитку маркетингу цінності Ю. Бакалярської [28]. Таким чином, наведені вище дослідження характеризуються глибиною, масштабністю, але загалом є цільовою орієнтацією діяльності підприємств без виокремлення ціннісної характеристики, яка поступово займає домінуючі позиції.

Уточнюючи сутнісно-змістовне наповнення поняття «інноваційний маркетинг підприємства», наголосимо на необхідності базування на етимологічному значенні економічної категорії «маркетинг», врахування ознакової характеристики «інноваційний» та цільового призначення формування цінності для нарощення «вартості клієнта». Чинне законодавче трактування інновацій в Україні розглядає їх як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені технології, продукції або послуги, а також організаційно-економічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру», наголошує на «істотному поліпшенні структури та якості виробництва і (або) соціальної сфери», виокремлює в межах інноваційної інфраструктури підприємства, які «надають маркетингові послуги із забезпечення інноваційної діяльності» [6]. З огляду на те, що маркетинговий аспект таких послуг визначено досить широко, зокрема передбачено врахування «механізмів формування споживчого ринку та збуту товарної продукції», яка охоплює увесь обсяг продукції (тобто як традиційну, так і інноваційну) [6], можемо стверджувати, що в правовому аспекті йдеться про інноваційний маркетинг, а не лише маркетинг інновацій.

З економічної точки зору інноваційний маркетинг є «діяльністю на ринку нововведень, спрямованою на формування або виявлення попиту з метою максимального задоволення запитів і потреб, що базується використанні нових ідей щодо товарів, послуг і технологій, які найкращим чином сприяють досягненню цілей організації та окремих виконавців» [4, с. 242–243]. Таким чином, під час уточнення поняття «інноваційний маркетинг підприємства» виходитимемо з необхідності врахування природи економічної категорії «маркетинг» щодо її здатності створювати цінність для споживача в результаті новелізації принципів, методів, комплексу, технологій практичної реаліза-

ції з метою якісної зміни цільової орієнтації підприємства, а саме управління (наращення) «вартістю клієнта», що забезпечить зростання ринкової вартості підприємства.

Через поширеність в Україні в освітній сфері норм і вимог Болонського процесу, а також задекларовану перспективу європейської інтеграції, реалізовану сьогодні на основі Асоціації з ЄС, доцільним є також врахування вимог "OSLO MANUAL", яке в межах трактування інновації виділяє групу маркетингових інновацій (англ. "marketing innovations") – «використання нових чи впровадження змін в наявних маркетингових стратегіях, <...> змін в проектуванні продукції і пакуванні, позиціонуванні і промоції продукту чи цінової стратегії, виконаних на основі методик використаних фірмою, застосування рутинних маркетингових інструментів з метою виходу на нові ринки» [41, с. 47]. Таким чином, прийняте в ЄС чітке трактування поняття «маркетингові інновації» дає нам змогу чітко відокремити його від терміна «інноваційний маркетинг», а представлення першого як окремого складового елемента у структурі інновацій доводить їхню важливість у цій сфері та доцільність ґрунтовного дослідження саме в межах «інноваційного маркетингу».

Враховуючи напрацювання економічної науки, базуючись на результатах проведеного ретроспективного аналізу та спираючись на вище наведені авторські зауваження, вважаємо доцільним уточнити тлумачення поняття «інноваційний маркетинг» як виду підприємництва щодо формування якісно нових та/або удосконалення наявних параметрів комплексу маркетингу, в результаті чого в межах традиційної, інноваційної чи органічної продукції забезпечується створення нової цінності, що зумовлює зміну цільової орієнтації підприємства щодо створення (генерування) вартості клієнта.

Головним аргументом в обґрунтуванні доцільності такого погляду на поняття «інноваційний маркетинг», на нашу думку, може слугувати його класичне визначення, запропоноване Ф. Котлером, базоване на принципі «освіченого маркетингу», що передбачає необхідність внесення постійних змін в маркетинг [12]. Таким чином, запропоноване нами визначення поняття «інноваційний маркетинг» знаходиться в межах класичного трактування поняття маркетингу, конкретизує кінцевий результат від його функціонування, виокремлює сферу ціннісних конкурентних переваг та охоплює зміни в цільових орієнтирах функціонування підприємства.

Функціонування підприємства в перманентному оточенні вимагає оновлення конкурентних переваг, що може забезпечити лише впровадження інноваційного маркетингу, який виконує низку функцій, зумовлених виключно його озна-

ками. У зв'язку з цим серед функцій інноваційного маркетингу доцільно виділити такі:

- пізнавальна, що забезпечує збільшення можливостей набуття знань і компетенцій про інноваційний маркетинг, його моделі, інструменти, нові цінності та методичні аспекти оцінювання його впливу на вартість клієнта;

- аналітична, що полягає у дослідженні товарів, ринків, оцінюванні споживачів, виявленні ринкових сегментів, оновленні конкурентних переваг, плануванні інновацій, екологічного виробництва;

- каталізатора змін, за якої інноваційний маркетинг забезпечує появу інновацій в межах мікс-маркетингу, даючи змогу краще та швидше задовольняти попит, ніж конкуренти, що збільшує потенційні можливості отримання «монопольних» прибутків;

- стимулююча, за якої інноваційний маркетинг є стимулом для застосування інноваційних моделей розвитку підприємств;

- регулююча, за якої, використовуючи інструменти інноваційного маркетингу, підприємства впливають на рівень інноваційного розвитку;

- адаптаційна, за якої запровадження інноваційного маркетингу підвищує адаптаційний рівень підприємства шляхом покращення сприйняття змін;

- інформаційна, за якої практичне застосування інформаційних технологій в інноваційному маркетингу забезпечує швидке поширення інформації про товари підприємства, розширює географічні масштаби такого інформування споживачів, сприяє поліпшенню організації кращої промоції та запровадженню нових каналів збуту товарів підприємства;

- культурологічна, за якої функціонування підприємства на принципах інноваційного маркетингу позитивно впливає на розширення світогляду персоналу, споживачів-клієнтів, сприяє розвитку інноваційної організаційної культури, формування попиту на «свідоме споживання» та поведінкової економіки загалом.

Резюмуючи, зауважимо, що виділені вище функції функціонують в межах трьох груп. По-перше, ті, які створюють умови для формування високого рівня обслуговування клієнтів, який забезпечує їхню лояльність, що сприяє формуванню критеріальної ознаки «вартість клієнта»; по-друге, ті, що створюють нові цінності; по-третє, ті, що формують попит на «свідоме спливання». Водночас усі названі вище функції інноваційного маркетингу підприємства є взаємозалежними, носять доповнюючий характер та націлені на створення нових цінностей із вищою корисністю. Отже, можемо стверджувати, що функції, властиві інноваційному маркетингу підприємства, визначають його специфічні ознаки як виду підприємницької діяльності, вплив якого на формування ціннісних конкурентних переваг посилюється.

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційний маркетинг має велике значення для формування ціннісних конкурентних переваг та реалізації гармонійного розвитку сучасних підприємств. Інноваційний маркетинг, будучи інструментом оновлення конкурентних переваг та управління вартістю клієнта, сприяє підвищенню лояльності клієнтів, що опосередковано впливає на ринкову вартість суб'єкта господарювання. Посилення зацікавленості інноваційним маркетингом пояснюється детермінантами економічного зростання, які все більшою мірою інтелектуалізуються. Формуванням інноваційного маркетингу підприємства вирішують низку проблем, зокрема нарощення клієнтського (ринкового) капіталу шляхом посилення лояльності клієнтів, утримання споживачів, нарощення вартості клієнта, що, зрештою, забезпечує реалізацію інноваційної моделі ведення бізнесу, яка має домінуючий характер в умовах перманентних змін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Вікарчук О. Маркетингові інновації, основні чинники конкурентоспроможності підприємства. URL: http://eprints.zu.edu.ua/17407/1/Тези_Вікарчук.pdf.
- Галоненко Т. Інноваційний маркетинг як запорука розвитку підприємства. Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. 2014. № 3–4. С. 46–49.
- Дойль П. Маркетинг, ориєнтований на цінність / пер с англ. под. ред. Ю. Каптуревського. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 480 с.
- Економічна енциклопедія: у 3 т. / редакційна рада: Б. Гаврилишин, В. Ющенко, В. Гальчинський. Київ: Видавничий центр «Академія»; Тернопіль: Академія народного господарства, 2000. Т. 2. / редакційна колегія: Б. Гаврилишин та ін.; ред. С. Мочерний. 846 с.
- Эванс Дж. Маркетинг / пер. с англ. Москва: Сирин, 2002. 308 с.
- Про інновації: Закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
- Ілляшенко Н. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія. Суми: вид-во СумДУ, 2011. 192 с.
- Ілляшенко С. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус»», 2010. 623 с.
- Комарніст О., Алдохіна Н. Зміст маркетингу інновацій у діяльності підприємства. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1/146.pdf>.
- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 897 с. Серия «Теория и практика менеджмента».
- Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. Санкт-Петербург: АО «КОРУНА», АОЗТ «ЛИТЕРА ПЛЮС», 1994. 699 с.
- Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга / пер. с англ. 2-е изд. Санкт-Петербург: издательский дом «Вильмс», 2000. 944 с.
- Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориєнтований на рынок / пер с англ.; под. ред. В. Колчанова. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 800 с.
- Павленко А., Войчак А., Кардаш В. та ін. Маркетингова діяльність промислових підприємств та тенденції її розвитку. Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія / за ред. А. Павленка. Київ: КНЕУ, 2005. С. 183–212.
- Матковская Я. Коммерциализация рыночных отношений – парадигма инновационного маркетинга. Маркетинг. 2010. № 4. С. 39–46. URL: http://marketopedia.ru/uploads/Matkovskaya_Innovation_Marketing_Paradigm.pdf.
- Пересушко Є. Місце і роль інноваційної діяльності в системі економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2007. № 6 (73). С. 84–88.
- Сидельникова В. Маркетинг інновацій як головна функція ведення бізнесу. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. «Економіка». 2017. Вип. 17. С. 100–105.
- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ., предисл. В. Афанасьева. Москва: ЭКСМО, 2007. 960 с. (Антология экономической мысли).
- Собко О. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток: монографія. Тернопіль: Крок, 2014. – 400 с.
- Собко О. Соціальний інтелектуальний капітал підприємства: детермінанти та вектори розвитку в Україні. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2014. Т. 19. Вип. 1/2. С. 24–28.
- Собко О. Теорія створення вартості підприємства в економічній і фінансовій думці: ретроспективний погляд і вектори розвитку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2015. Вип. 10. С. 20–26.
- Собко О. Новелізація векторів розвитку концепції управління вартістю підприємства. Сучасні тенденції розвитку економічних систем: кол. моногр. Тернопіль: ТНЕУ, 2015. С. 165–182.
- Собко О. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2016. 360 с.
- Харів П., Собко О. Активізація інноваційної діяльності підприємств: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 180 с.
- Чухрай Н., Данилович Т. Особливості маркетингу продуктивних інновацій. Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2007. № 605. С. 162–167.
- Чухрай Н. Стратегічні рішення у просуванні інновацій на ринок. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 5. Т. 4. С. 32–36.
- Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер; предисл. В.С. Автономова; пер. с нем. В. Автономова, М. Любского, А. Чепуренко; пер. с англ. В. Автономова, Ю. Автономова, Л. Громовой, К. Козловой, Е. Николаенко, И. Осадчей, И. Семененко, Э. Соловьева. Москва: Эксмо, 2008. 864 с.

28. Bakalarska J. Marketing wartości. Lublin: Wyd. Słowa i Myśli, 2016. 135 s.
29. Druker P. Praktyka zarządzania / przetł. z ang. T. Basiuk, Z. Broniarek, J. Gołębowski. Wydanie 2. Kraków: Akademia Ekonomiczna, 1998. 431 s. (Seria: Biblioteka Nowoczesności).
30. Doyle P. Marketing wartości / red. nauk. wyd. pol. J. Altkorn; per. z ang. A. Janiszewski, A. Święch. Warszawa: Felberg SJA, 2003. 420 s.
31. Doyle P. Grown and Shareholder Value. 2nd edition. Hardcover: John Wiley & Sons, 2008. 382 p.
32. Edvinsson L. Malone M. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / przekład M. Marcinkowska. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2001. 150 s. (Seria Przedsiębiorczość).
33. Fisk P. Geniusz marketingu / P. Fisk; przetł. z ang. L. Mokrzycki. Warszawa: Wolters Kluwer business, 2009. 409 s.
34. Podstawy marketingu: praca zbiorowa / pod red. nauk. J. Karwowskiego. Szczecin: Wydanie Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu, 1998. 230 s. (Wydanie II rozszerzone).
35. Porter M. Porter o konkurencji / M. Porter; przekł. A. Ehrlich. Warszawa: PWE, 2001. 434 s.
36. Porter M. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors: with a New Instruction. New-York: The Free Press, 1998. 420 p.
37. Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors. 2nd edition. New-York: Free Press, 1998. 224 p.
38. Christiansen J.A. Building the innovative organization: management systems that encourage innovation. New York: St. Martin's Press, 2000. 357 p.
39. Copeland T., Koller T., Murrin J. Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm / przetł. z ang. A. Kalinauskas, T. Wiazowski. Warszawa: WIG-Press, 1997. 516 s.
40. Kontes P.W. The CEO, Strategy, and Shareholder Value: Making the Choices that Maximize Company Performance. New Jersey: Wiley & Sons, 2011. 254 p.
41. "Oslo Manual" Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 3rd Edition. URL: <http://www.oecd.org/sti/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition>.

ОРГАНІЗАЦІЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

ORGANIZATION OF PERSONNEL POLICY IN AGRARIAN ENTERPRISES

УДК 331.1

Михайлова О.С.

к. е. н., доцент кафедри підприємництва і права
Полтавська державна аграрна академія
Островерхий В.В.

студент

Полтавська державна аграрна академія

Скрипник Р.А.

студент

Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто організаційні аспекти кадрової політики в аграрних підприємствах. Розкрито механізм та особливості кадрового забезпечення в сільській місцевості. Виявлено низку факторів впливу на формування кадрової політики в аграрному підприємстві.

Ключові слова: кадрова політика, завдання кадрової політики, фактори вибору кадрової політики, вимоги до кадрової політики, кадрова політика в аграрних підприємствах.

В статье рассмотрены организационные аспекты кадровой политики в аграрных предприятиях. Раскрыты механизм и особенности кадрового обеспечения в сельской местности. Выявлен ряд факторов влия-

ния на формирование кадровой политики в аграрном предприятии.

Ключевые слова: кадровая политика, задания кадровой политики, факторы выбора кадровой политики, требования к кадровой политике, кадровая политика в аграрных предприятиях.

The article deals with organizational aspects of personnel policy in agrarian enterprises. The mechanism and features of staffing in the countryside are revealed. A number of factors influencing the formation of personnel policy in the agrarian enterprise were revealed.

Key words: personnel policy, personnel policy objectives, factors selecting personnel policies, requirements for personnel policy, personnel policy in agrarian enterprises.

Постановка проблеми. Процес організації роботи персоналу є основоположним для розвитку як національної економіки, так і окремого регіону. Саме кадрова політика є цілісним механізмом управління людським капіталом. Сучасні аграрні підприємства постали перед проблемою перегляду пріоритетів використання механізмів управління людськими ресурсами. Їх більшість пов'язана з підвищенням вимог до освіти, професійних навичок, демографічної ситуації на селі, а також політики держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економіці належне місце в розробці цього питання посідають праці вітчизняних вчених-економістів. Вагомий внесок у розгляд цього питання зробили відомі економісти, такі як Д. Богиня, І. Бондар, Г. Вечканов, В. Врублевський, М. Гольдін, М. Долішній, С. Злупко, В. Костаков, Л. Кунельський, І. Кібанова, А. Єгошина, А. Колот, В. Савченко, В. Петюх, В. Онікієнко, В. Травин, Ф. Хміль. Однак, незважаючи на наукові розробки, необхідно продовжувати подальше поглиблене дослідження кадрової політики підприємства.

Постановка завдання. Метою публікації є вивчення механізму кадрової політики, надання пропозицій щодо її вдосконалення та підвищення ефективності роботи персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Призначення кадрової політики полягає у своєчасному формулюванні цілей відповідно до стратегії розвитку організації, порушенні проблем і постановці завдань, пошуку способів досягнення цілей. Для досягнення поставлених цілей особливо важливо забезпечити необхідну організацію виробничої поведінки кожного з її співробітників. Як і стратегія розвитку організації загалом, кадрова політика розробляється з урахуванням внутрішніх ресурсів і традицій організації та можливостей,

що надаються зовнішнім середовищем. Кадрова політика є частиною політики організації і повинна повністю відповідати концепції її розвитку [9, с. 155].

Основними цілями кадрової політики є такі:

- своєчасне забезпечення організації персоналом необхідної якості та у достатній кількості;
- забезпечення умов реалізації прав та обов'язків громадян, передбачених трудовим законодавством;
- раціональне використання трудового потенціалу;
- формування і підтримання ефективної роботи трудових колективів.

Основні різновиди кадрової політики такі: політика добору кадрів, політика профнавчання, політика оплати праці, політика формування кадрових процедур, політика соціальних відносин [6, с. 35].

Процеси управління людьми здійснювались у всіх цивілізаціях і різних соціумах. Управління персоналом – це специфічна функція управлінської діяльності, головним об'єктом якої є люди, що входять у певні соціальні групи, трудові колективи. Суб'єктом управління виступають керівники та спеціалісти, які виконують функції управління стосовно своїх підлеглих. Отже, управління персоналом – це цілеспрямована діяльність керівного складу організації щодо розробки концепції, стратегії кадрової політики та методів управління людськими ресурсами. Це системний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних організаційно-економічних та соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку та використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства. Планування, формування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів складають основний зміст управління персоналом [7, с. 11].

Головною умовою підвищення конкурентоспроможності робочої сили на сучасному ринку праці є підвищення наукової спрямованості, а потреба в цьому все більше виявляється з кількох причин. Знать, здобутих у процесі навчання, як правило, сучасному працівнику завжди не вистачає, адже одні недостатньо засвоєні, інші вже застаріли ще до закінчення навчання. З іншого боку, динамізм розвитку економіки та виробничої сфери зараз настільки високий, що часто виникає потреба постійного оновлення відповідних знань, набуття навичок найсучасніших наукових позицій. Одним із провідних чинників, що також визначає рівень конкурентоспроможності робочої сили на сучасному етапі, є її мобільність, тобто здатність і готовність працівників до професійних і територіальних переміщень [4].

За сучасною методологією вирізняють такі типи кадрової політики, як пасивна, реактивна, превентивна, активна.

В ході використання пасивної кадрової політики керівництво не має чіткої програми дій стосовно персоналу. Кадрова політика зводиться до ліквідації негативних наслідків. Відсутні прогноз кадрової потреби в способах оцінки праці та персоналу та діагностика кадрової ситуації загалом. І таку політику застосовує більшість невеликих аграрних підприємств. Основними індикаторами такої політики є висока плинність кадрів та відсутність прописаного механізму найму персоналу.

Під час застосування реактивної політики кадрові служби мають засоби діагностики наяв-

ної ситуації, здійснюють контроль за ознаками негативного стану в роботі з персоналом і причинами розвитку можливої кризи. Водночас ця політика використовує схему виявлення недоліків, але майже відсутній механізм подолання кризи. В аграрному секторі ця політика використовується незалежно від розміру підприємства, тут має більший вплив політика управління загалом.

Для превентивної політики характерно те, що кадрова служба має як засоби діагностики, так і засоби прогнозування кадрової ситуації. У програмі розвитку підприємств наявні короткострокові і довгострокові прогнози потреби в кадрах, а також сформульовані завдання з розвитку персоналу. Недолік полягає в тому, що керівництво не володіє засобами впливу на кадрову ситуацію. І така політика застосовується в більшості середніх і великих підприємств. Основні причини такої політики мають фактори впливу як зовнішнього походження, так і внутрішнього.

Активна кадрова політика ґрунтується на тому, що керівництво має не лише прогноз, але й засоби впливу на ситуацію. Така кадрова політика характерна для великих підприємств, які мають іноземні інвестиції. Це пов'язане перш за все з іншими методологічними підходами до політики підбору персоналу і практики використання стратегічного планування в роботі з персоналом.

Розглянемо фактори впливу на кадрову політику аграрного підприємства. Перш за все це демографічна ситуація в регіоні, якісний і кількісний стан робочої сили. В табл. 1 розглянемо дина-

Таблиця 1

Розподіл населення Полтавської області за економічною активністю за 2010–2016 роки

Показники	Роки							Відхилення 2016 року від 2010 року
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Економічно активне населення	714	720,2	713,9	706	681,2	664,3	653	-61,00
Працездатного віку	661,6	662,9	663,8	662,5	660,7	649,1	638,4	-23,20
Старше працездатного віку	52,4	57,3	50,1	43,5	20,5	15,2	14,6	-37,80
Питома вага осіб працездатного віку, %	92,66	92,04	92,98	93,84	96,99	97,71	97,76	5,10
Зайняті	664,8	654,2	652,7	648,3	602,9	583,6	570,4	-94,40
Працездатного віку	592,4	597,2	602,6	604,8	582,8	568,5	555,8	-36,60
Старше працездатного віку	52,4	57,0	50,1	43,5	20,1	15,1	14,6	-37,80
Питома вага осіб працездатного віку, %	89,11	91,29	92,32	93,29	96,67	97,41	97,44	8,33
Безробітні	69,2	66,0	61,2	57,7	78,3	80,7	82,6	13,40
Працездатного віку	69,2	65,7	61,2	57,7	77,9	80,6	82,6	13,40
Старше працездатного віку	–	0,3	–	–	0,4	0,1	–	–
Співвідношення, %	100	99,55	100	100	99,49	99,88	100	0
Економічно неактивне населення	411,9	392,1	387,6	384,6	401,1	411,7	417,4	5,50
Працездатного віку	237,4	227,4	228	230,6	233,6	244,9	255,8	18,40
Старше працездатного віку	174,5	164,7	159,6	154	167,5	166,8	161,6	-12,90
Співвідношення, %	57,64	58,00	58,82	59,96	58,24	59,49	61,28	3,65

Джерело: розраховано: за джерелом [8]

міку розподілу населення за економічною активністю з 2010 по 2016 роки в Полтавській області.

Як бачимо з табл. 1, спостерігається повільна динаміка до скорочення кількості економічно активного населення в 2016 році порівняно з 2010 роком на 61 тис. осіб. Також відбулося скорочення кількості зайнятого населення на 94,4 тис. осіб. Якщо розглянути співвідношення економічно активного населення до зайнятого, то можна побачити стійку динаміку, адже у 2010 році відсоток зайнятого населення становив 93,1%, а у 2016 році він вже становить 87,4%. Така негативна тенденція свідчить про зменшення трудового потенціалу.

Аналізуючи вплив демографічних аспектів на формування кадрової політики та розвиток взаємовідносин підприємств АПК, варто зазначити, що відтворення населення у державі є залежним від рівня добробуту родини, зміни макроекономічних процесів, характеру інфляції, темпів зростання заробітної плати, а також цін і тарифів на продукти, товари й послуги [1].

В табл. 2 розглянемо розподіл населення Полтавської області за економічною активністю, статтю і місцем проживання у 2016 році.

Як бачимо з табл. 2, негативна тенденція до скорочення кількості та зайнятості населення відображається і в розрізі статі і місця проживання. У відсотковому співвідношенні кількість зайнятих жінок становить 89,5%, а чоловіків – 85,4%. Також у розрізі міських і сільських поселень рівень зайнятості у місті становить 88,4%, а на селі – 85,5%.

На таку ситуацію та розробку кадрової політики також впливає рівень заробітної плати як у роз-

різі галузей, так і щодо регіонів. Згідно з інформацією «Урядового порталу» [10], а саме за даними Державної служби статистики України, середня номінальна заробітна плата штатного працівника в Україні в листопаді 2017 року порівняно з листопадом 2016 року збільшилася на 38,3%, а порівняно з минулим місяцем зросла на 0,4%, а саме до 7 479 гривень. У розрізі видів економічної діяльності зарплати вище середньої в листопаді зафіксовані в промисловості (8 169 грн.), оптовій та роздрібній торгівлі (8 082 грн.), транспорті (у середньому 8 023 грн., в авіаційному транспорті – 30 390 грн.), сфері ІТ (13 044 грн.), фінансовій та страховій діяльності (13 164 грн.), науці (10 378 грн.), сфері оборони (10 887 грн.). Середні зарплати в освіті та медицині становлять 5 859 грн. та 5 101 грн. відповідно. Найбільші зарплати в промисловому розрізі у листопаді отримували працівники добувної галузі, фармацевтичної галузі, металурги, а також виробники комп'ютерної та оптичної продукції.

Водночас за даними Державної служби статистики України в Полтавській області середньомісячна номінальна заробітна плата в сільській місцевості становить 4 452 грн. (4 747 грн. у чоловіків та 3 835 грн. у жінок). Цей фактор також є негативним зовнішнім фактором під час розробки кадрової політики.

Останніми роками аграрні підприємства все більше уваги приділяють професійному рівню та самоосвіті своїх працівників. На основі наших спостережень визначимо деякі причини відсутності (чи дефіциту) інтересу працівників аграрних підприємств до підвищення їх професійного рівня, а саме:

Таблиця 2

Розподіл населення Полтавської області за економічною активністю, статтю та місцем проживання у 2016 році

Показники	Усього	Зокрема:			
		жінки	чоловіки	міські поселення	сільська місцевість
Економічно активне населення	653	307,2	345,8	418,1	234,9
Працездатного віку	638,4	300,2	338,2	410	228,4
Старше працездатного віку	14,6	7	7,6	8,1	6,5
Питома вага осіб працездатного віку, %	97,76	97,72	97,80	98,06	97,23
Зайняті	570,4	275	295,4	369,5	200,9
Працездатного віку	555,8	268	287,8	361,4	194,4
Старше працездатного віку	14,6	7	7,6	8,1	6,5
Питома вага осіб працездатного віку, %	97,44	97,45	97,43	97,81	96,76
Безробітні	82,6	32,2	50,4	48,6	34
Працездатного віку	82,6	32,2	50,4	48,6	34
Старше працездатного віку	–	–	–	–	–
Питома вага осіб працездатного віку, %	100	100	100	100	100
Економічно неактивне населення	417,4	256,4	161	256,8	160,6
Працездатного віку	255,8	157,1	98,7	152,4	103,4
Старше працездатного віку	161,6	99,3	62,3	104,4	57,2
Питома вага осіб працездатного віку, %	61,28	61,27	61,30	59,35	64,38

Джерело: розраховано: за джерелом [8]

– відсутність перспектив для того, щоб мати змогу застосувати на практиці найближчим часом отримані нові знання, навички та методології (незалежно від того, чи був цей процес отримання знання започаткованим керівництвом компанії або його працівниками);

– низькій зв'язок між рівнем професіоналізму та рівнем оплати праці, адже якість роботи та її ціна нині співвідносяться досить погано в аграрному секторі економіки;

– відсутність участі працівників у розподілі доходів і доплат за якісний рівень виконання робіт;

– відсутність можливості працівників, які не мають гідної оплати праці, брати участь у розподілі доходів, що, безумовно, перешкоджає підтримці думки у населення про необхідність навчання протягом усього життя та активну участь у справах підприємства чи успіху в бізнесі, що, як правило, має низький позитивний результат та вплив на соціально-економічний стан працівника;

– абсолютизація принципу «клієнт – це все, що має значення»; «клієнт завжди правий», що, як видається, є підставою для відведення працівника на вторинну позицію в підприємстві та зменшення його прагнення до саморозвитку та самоосвіти.

Систематично Міністерство аграрної політики України спрямовує керівників та спеціалістів сільськогосподарських підприємств на післядипломну підготовку до регіональних аграрних вузів, що є абсолютно раціональним і необхідним. Більшість управлінців не виконує вказівку Міністерства. Сформований десятиліттями менталітет не дає зрозуміти, що у сучасних постійно змінних умовах успішний фахівець продовжує своє навчання протягом життя. Багато в чому сприяє розвитку такого менталітету й інформація, що подається на курсах [5].

Також негативний вплив на розвиток відносин суб'єктів агропромислового комплексу та формування їх кадрової політики, як ми вважаємо, мають посилення залежності України від імпорту, тенденція до зростання соціальної напруги у сучасному суспільстві [2].

Висновки з проведеного дослідження. Формування кадрової політики аграрних підприємств повинне спиратися на концепцію, стратегію діяльності цих підприємств, яка є постійно оновлюваною та видозмінюваною. Також кадрова політика в аграрних підприємствах повинна враховувати низку факторів:

- відповідність законодавству України;
- відповідність стратегії розвитку суб'єкта господарювання;
- збалансування потреб працівників підприємства;

– швидке пристосування до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі;

– прозорість, тобто кадрова політика має бути простою для сприйняття, безконфліктною і такою, що сприятиме підвищенню іміджу підприємства;

– підвищення зацікавленості роботи працівників в аграрних підприємствах;

– участь і зацікавленість підприємства в розвитку персоналу.

Також в основу розробки кадрової політики потрібно покласти передові кадрові технології в роботі з персоналом, особливо під час підготовки молодих і знову прийнятих робітників. В сучасних умовах кадрова політика підприємства повинна мати оперативний характер для швидкого реагування в сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Березіна Л. Важелі ефективності взаємовідносин підприємств АПК: управління інформаційним забезпеченням. Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. Вип. 3 (33). Донецьк: НАУГІ, 2010. С. 168–170.
2. Березіна Л. Формування ефективних механізмів функціонування підприємств АПК. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2011. № 4(49). С. 135–137.
3. Березіна Л., Березін О. Економіка, організація і управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. № 2. Т. 1. С. 76–79.
4. Дядик Т. Трудова та соціальна реалізація робочої сили на ринку праці. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2010. № 4(2). С. 27–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2010.
5. Євчук Л. Проблеми кадрового потенціалу як засобу антикризового управління аграрного виробництва. Тези доповідей Причорноморської регіональної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу. Миколаїв, 2006. С. 33–35.
6. Петюх В. Управління персоналом: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ: КНЕУ, 2000. 124 с.
7. Савченко В. Управління розвитком персоналу: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2012. 351 с.
8. Статистичний щорічник Полтавської області за 2016 рік / за ред. Л. Безхлібняк. Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2009. 356 с.
9. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А. Кибанова. 2-е изд., доп. и перераб. Москва: ИНФРА-М, 2002. 638 с.
10. Урядовий портал. URL: https://24tv.ua/ukrayina_tag1119.

ЗАБОРГОВАНІСТЬ УКРАЇНИ ЯК ЗАГРОЗА НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ

NATIONAL DEBT OF UKRAINE AS THREAT TO NATIONAL SAFETY

У статті проаналізовано динаміку дефіциту бюджету та платіжного балансу України, стан боргової залежності України. Визначено питому вагу зовнішнього боргу України у валовому внутрішньому продукті, а також питому вагу державного та гарантованого державою боргу у валовому зовнішньому борзі. Розраховано, а також проаналізовано структуру валового зовнішнього боргу в еквіваленті млн. дол. США.

Ключові слова: державний борг, зовнішній державний борг, внутрішній державний борг, гарантований державою борг, валовий внутрішній продукт, платіжний баланс, дефіцит бюджету.

В статье проанализирована динамика дефицита бюджета и платежного баланса Украины, состояние долговой зависимости Украины. Определен удельный вес внешнего долга Украины в валовом внутреннем продукте, а также удельный вес государственного и гарантированного государством долга в валовом внешнем долге. Рассчитана, а также проанализирована структура валового внешнего долга в эквиваленте млн. долл. США.

Ключевые слова: государственный долг, внешний государственный долг, внутренний государственный долг, гарантированный государством долг, валовый внутренний продукт, платежный баланс, дефицит бюджета.

The article is dedicated to the estimation of influence and analysis of the modern state of external debt of Ukraine, exposure of dynamics and basic trends of progress of external debt of Ukraine on the modern stage of economic crisis and rendering the further development of scientific and practice recommendations to the improvement of politics of external debt of Ukraine in modern conditions of operating of world economy. The object of research is a debt and its descriptions in the context of providing of financial stability and economic development in Ukraine. Research methodology is based on application of analytical, statistical and logical methods, methods of structural and factor and comparative analysis.

Key words: national debt, external national debt, internal national debt, debt assured by the state, gross domestic product, balance of payments, deficit of budget.

УДК 338.124.4

Мороз С.В.

к. е. н., доцент кафедри економічної теорії

Хмельницький національний університет

Постановка проблеми. Державний борг – один із найвагоміших критеріїв, який характеризує стан національної економіки та безпеки країни. За результатами аналізу структури державних боргів більшості країн світу, навіть розвинених, можна зробити висновок про існування значної частки їх зовнішнього боргу. Практично кожна країна світу стикалась із необхідністю зовнішнього фінансування, проте не для кожної країни світу цей процес виявився позитивним, зокрема для України. Агресія Росії, розрив економічних зв'язків, скорочення внутрішнього споживання разом із відсутністю розвитку перспективних галузей промисловості та політична нестабільність призвели до поглиблення експлуатації сировинної бази України, втрати конкурентоспроможності вітчизняної продукції та зниження загального рівня життя населення, що привело до фінансової нестабільності в Україні, зростання зовнішнього боргу до безпрецедентних обсягів. Ця ситуація загострила проблему соціально-економічного розвитку та боргової безпеки держави.

Тому ця проблема є надзвичайно актуальною для економіки України, що обумовлює необхідність поглиблення досліджень щодо аналізу заборгованості та можливості в майбутньому погашення боргу перед зовнішніми кредиторами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню економічної природи та сутності державного боргу, аналізу тенденцій його розвитку та розробці пропозицій щодо вирішення нагальних

проблем була присвячена низка наукових праць Дж. Б'юкеннена, Дж. Кейнса, а також В. Андрущенко, Т. Вахненка, В. Базилевич, С. Мочерного, С. Юрія, І. Мірошниченка, В. Шевчука.

Водночас у науковій літературі недостатньо уваги приділено саме аналізу сучасної динаміки та стану зовнішнього і внутрішнього боргу України, його критичному значенню і тим загрозам, які він має для економіки країни, що активізує важливість означеної теми дослідження, її цільове спрямування та зміст.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану, структури і динаміки державного боргу України, а також його впливу на фінансову безпеку країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Недостатність фінансових ресурсів суб'єктів господарювання та державних органів влади зумовлює необхідність пошуку додаткових джерел як всередині країни, так і за її межами. Таким чином, утворились такі поняття, як внутрішній борг та зовнішній борг. Головними першопричинами виникнення і збільшення державного боргу є хронічний дефіцит бюджету України та негативний платіжний баланс. Динаміка дефіциту державного бюджету України та платіжного балансу наведена на рис. 1.

Дефіцит державного бюджету спостерігався впродовж 2006–2016 років. Його мінімальне значення було у 2006 році (788,3 млн. дол.), після чого він поступово зростав, а у 2010 році досяг свого

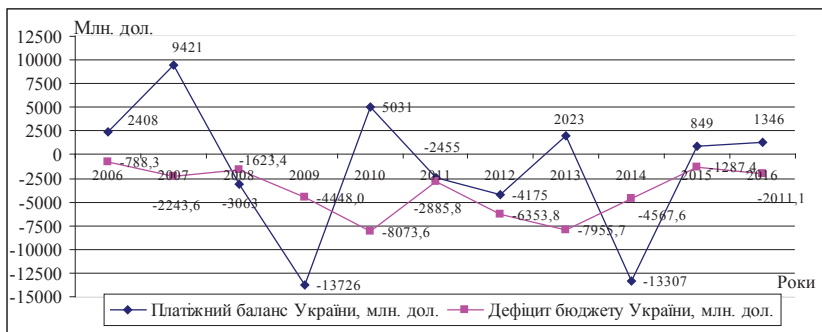


Рис. 1. Динаміка платіжного балансу та дефіциту бюджету України

Джерело: побудовано автором за даними джерела [6]

максимального значення у 8 073,6 млн. дол. З 2011 по 2013 роки дефіцит знову мав негативну динаміку до зростання і досяг свого апогею у 2013 році, а саме 79 955,7 млн. дол. Після цього він скоротився до 1 287,4 млн. дол. у 2015 році, у 2016 році він склав 2 011,1 млн. дол. Дещо іншу динаміку має платіжний баланс України: його найбільше позитивне значення було у 2007 році (9 421 млн. дол.), у 2009 році він скоротився до -13 726 млн.

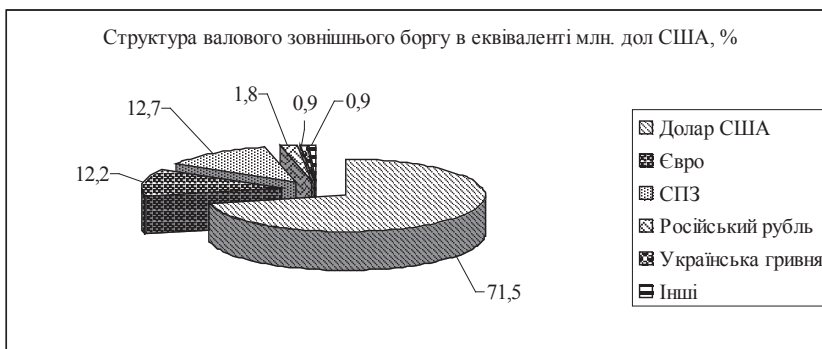


Рис. 2. Структура валового зовнішнього боргу України станом на 1 липня 2017 року

Джерело: побудовано автором за даними джерела [8]

дол., проте уже в 2010 році зріс до 5 031 млн. дол., а у 2014 році знову досяг свого другого апогею у -13 307 млн. грн., у 2016 році він склав 1 346 млн. дол.

Державний борг може бути прямим та гарантованим залежно від сфер залучення кредитних ресурсів. Прямий державний борг – це запозичення фінансових ресурсів урядом, гарантований – це гарантовані урядом запозичення приватного сектору національної економіки [1].

Дослідимо динаміку та стан боргової залежності України, для чого сформуємо табл. 1.

Згідно з даними табл. 1 валовий зовнішній борг України протягом 2006–2016 років зріс на 59 006 млн. дол. З 2006 року він зростав, а максимального свого значення набув у 2013 році у 142 049 млн. дол., після чого скоротився до 113 518 млн. дол.

Відповідну динаміку має і показник питомої ваги зовнішнього боргу у ВВП країни. Так, вона зросла з 50,59% у 2006 році до 88,2% у 2008 році, далі вона спала до 76,84% у 2012 році, а у 2013 році знову почала зростати, досягнувши апогею у 2015 році у 131,03%, у 2016 році вона склала 121,71%.

Щодо динаміки загального державного та гарантованого державою боргу, то він показав своє зростання протягом 2006–2009 років із 14 718,2 млн. дол. до 48 811,1 млн. дол., у 2010 році він знизився до 39 685 млн. дол.,

Таблиця 1

Динаміка та стан боргової залежності економіки України протягом 2006–2016 років

Роки	Валовий внутрішній продукт, млн. дол.	Валовий зовнішній борг, млн. дол.	Питома вага зовнішнього боргу у ВВП країни, %	Загальний державний та гарантований державою борг, млн. дол.	Питома вага державного та гарантованого державою боргу у валовому зовнішньому борзі, %
2006	107 753	54 512	50,59	14 718,2	27,01
2007	142 719	79 955	56,02	23 986,5	30,20
2008	179 992	101 659	56,48	36 103,0	35,51
2009	117 228	103 396	88,20	48 811,1	47,21
2010	136 419	117 343	86,02	39 685,0	33,82
2011	163 160	126 236	77,37	54 289,3	43,01
2012	175 781	135 065	76,84	59 215,7	43,84
2013	183 310	142 079	77,51	64 495,3	45,39
2014	131 805	126 308	95,83	73 078,2	57,86
2015	90 615	118 729	131,03	69 794,8	58,78
2016	93 270	113 518	121,71	65 505,7	57,71

Джерело: побудовано автором за даними [6; 8]

за 2011–2014 роки він зріс до 73 078,2 млн. грн., а в 2016 році склав 65 505,7 млн. дол. Приріст загального державного та гарантованого державою боргу протягом 2006–2016 років склав 500 782,0 млн. дол.

Питома вага державного та гарантованого державою боргу у валовому зовнішньому борзі зростала майже постійно, за винятком 2010 року, максимального значення набула у 2015 році у 58,78%, у 2016 році вона становила 57,71%.

Станом на 1 липня 2017 року в структурі валового зовнішнього боргу домінували борги, номіновані в доларах США (71,5%), в спеціальних правах запозичення МВФ (12,7%), в євро (12,2%). Оскільки основна частка боргу у 99,1% номінована у валюті, це негативно впливає на платоспроможність країни та курс національної грошової одиниці. Тому Україна вимушена нарощувати борги, щоб розплатитися з попередніми боргами, фактично борги не повертають, їх тільки накопичують, а також заміщують терміни повернення, про що свідчать дані табл. 1.

В умовах глобалізації рівень зовнішньої заборгованості є одним із домінуючих факторів розвитку національних економік та одним із основних чинників економічної безпеки країни. Зовнішні борги держави з урахуванням їх позитивного та негативного впливу на економіку набувають особливого значення для країн з передкризовим станом платіжного балансу.

Проаналізуємо, яким чином впливає дефіцит державного бюджету на величину боргу країни, для чого побудуємо відповідну кореляційну модель.

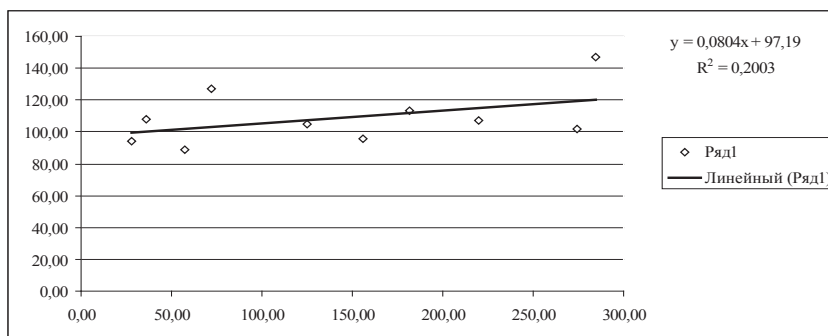


Рис. 3. Кореляційна залежність валового зовнішнього боргу від дефіциту державного бюджету України

Рівняння лінійної залежності валового зовнішнього боргу від дефіциту державного бюджету має такий вигляд:

$$y = 0,0804x + 97,19.$$

Отриману модель можна інтерпретувати таким чином: за зростання дефіциту бюджету України на 1% рівень валового зовнішнього боргу зростає на 0,08%. Тіснота зв'язку між валовим зовнішнім боргом та дефіцитом бюджету становить 0,2003. Отже, можна вважати, що зв'язок між цими величинами є посереднім, а на зміну величини зовнішнього боргу мали вплив також інші фактори.

За структурою державний борг України включає внутрішній та зовнішній. Державний внутрішній борг України – це строкові боргові зобов'язання уряду України у грошовій формі [3]. Державний зовнішній борг – це боргові зобов'язання держави перед нерезидентами щодо повернення позичених коштів (основна сума боргу) та відсотків за ними. До боргових зобов'язань держави належить також гарантований державний борг, який виникає як наслідок взятих на себе державних гарантій

Таблиця 2

Стан та динаміка державного та гарантованого державою боргу України за 2009–2017 роки

Роки	Загальний державний та гарантований державою борг, млн. дол.	Зовнішній державний та гарантований державою борг, млн. дол.	Внутрішній державний та гарантований державою борг, млн. дол.	Відносний приріст державного та гарантованого державою боргу, %	Питома вага зовнішнього державного та гарантованого державою боргу, %	Питома вага загального державного та прирівняного боргу у ВВП, %
2009	39 685,0	26 518,7	13 166,3	109,87	66,82	33,85
2010	54 289,3	34 759,6	19 529,7	136,80	64,03	39,80
2011	59 215,7	37 474,5	21 741,2	109,07	63,28	36,29
2012	64 495,3	38 658,8	25 836,4	108,92	59,94	36,69
2013	73 078,2	37 536,0	35 542,2	113,31	51,36	39,87
2014	69 794,8	38 792,2	31 002,6	95,51	55,58	52,95
2015	65 505,7	43 445,4	22 060,2	93,85	66,32	72,29
2016	70 970,9	45 604,6	25 366,2	108,34	64,26	76,09
1 листопада 2017 року	76 288,6	49 250,1	27 038,5	107,49	64,56	–

Джерело: побудовано автором за даними [6; 8]

щодо зобов'язань третіх осіб або взятих на себе державою зобов'язань третіх осіб.

Проаналізуємо стан та динаміку державного та гарантованого державою боргу України за 2009–2016 роки, для чого сформуємо табл. 2.

Якщо проаналізувати динаміку зростання державного боргу України, то можна відзначити його значний приріст на 36 606,6 млн. дол. впродовж 2009–2017 років. Державний борг мав тенденцію до зростання з 2009 по 2013 роки, впродовж 2014–2015 років спадав, а в 2016–2017 роках знову почав зростати, досягши на 1 листопада 2017 року максимального значення у 76 288,6 млн. дол. Так, зобов'язання виконуються вчасно перед кредиторами, проте за рахунок рефінансування боргів. Зовнішній державний борг зріс на 22 734,1 млн. дол., але його питома вага при цьому скоротилась на 2,3%. Спад по зовнішньому державному боргу був відзначений у 2013 році, в решту років він зростав, досягнувши максимального значення на 1 листопада 2017 року у 49 250,1 млн. дол., а його питома вага склала 64,56%. Величина внутрішнього боргу також зросла на 13 872,2 млн. дол. до 27 038,5 млн. дол. станом на 1 листопада 2017 року.

Безпечний рівень державного та привірного до нього боргу – це такий його рівень, за якого держава може своєчасно та в повному обсязі викону-

вати свої боргові зобов'язання без допомоги міжнародних фінансових організацій та проведення реструктуризації цих зобов'язань чи оголошення дефолту, здійснювати державні запозичення на ринках капіталу на прийнятних умовах [4, с. 8].

Згідно з науковими дослідженнями безпечним рівнем державного і гарантованого державою боргу вважають межу в 35% від ВВП [2, с. 9]. Джерелом надходження фінансів в Україну для виконання її боргових зобов'язань значною мірою є нові кредити, які без спрямування в реальний сектор економіки лише погіршують фінансовий стан держави, причому переважними кредиторами України є США та МВФ, що посилює залежність економіки України від міжнародних інституцій, через що держава втрачає певною мірою власну свободу щодо самовизначення.

Граничним значенням загальної суми державного та гарантованого державою боргу є його максимальний розмір на певну дату. Так, згідно з Бюджетним кодексом України загальний обсяг державного та гарантованого державою боргу на кінець бюджетного періоду не може перевищувати 60 відсотків річного номінального обсягу валового внутрішнього продукту України [1]. Впродовж 2009–2013 років цей показник становив 33–39%, за 2014–2016 роки він зріс до 76,09% і перетнув межу в 60%, яка є гранично допустимою під час співвідношення державного боргу до ВВП. Серед об'єктивних причин погіршення цього показника можна виділити падіння рівня ВВП країни, військові дії на сході України та потребу у фінансових ресурсах країни.

Основною причиною стрімкого приросту величини прямого державного боргу України є щорічне зростання дефіциту державного бюджету України [5, с. 103]. 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, погіршує економічну ситуацію України та може спричинити виникнення боргової кризи.

Проаналізуємо, яким чином впливає дефіцит державного бюджету на величину і загальний обсяг державного та гарантованого державою боргу країни, для чого побудуємо відповідну кореляційну модель.

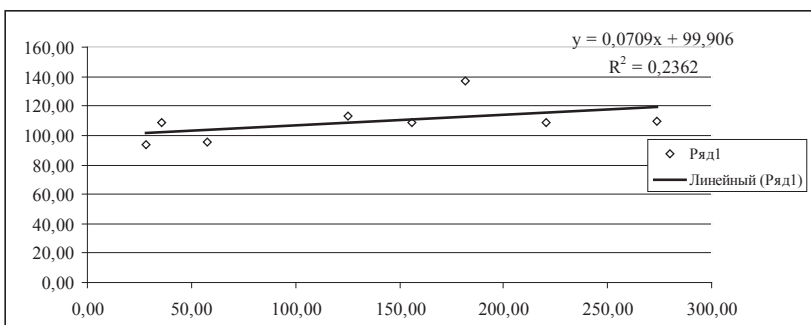


Рис. 4. Кореляційна залежність державного та гарантованого державою боргу країни від дефіциту державного бюджету України

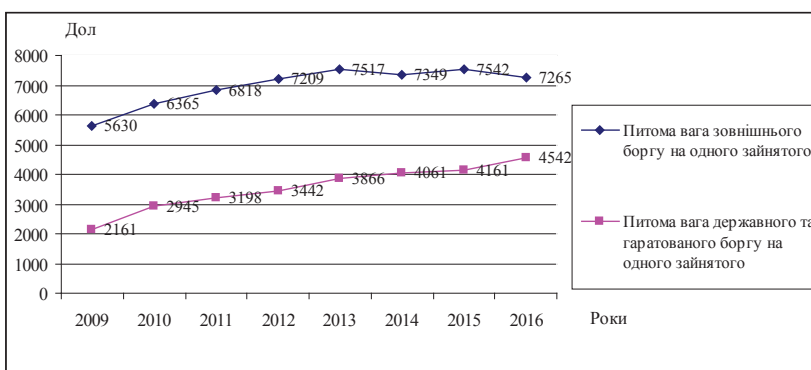


Рис. 5. Частка зовнішнього та гарантованого державою боргу на одного працюючого

Джерело: побудовано автором за даними джерела [6; 8]

Рівняння лінійної залежності державного та гарантованого державою боргу країни від дефіциту державного бюджету має такий вигляд:

$$y = 0,0709x + 99,906.$$

Отриману модель можна інтерпретувати таким чином: за зростання дефіциту бюджету України на 1% рівень державного та гарантованого державою боргу країни зростає на 0,07%. Тіснота зв'язку між валовим зовнішнім боргом та дефіцитом бюджету становить 0,2362. Отже, можна вважати, що зв'язок між цими величинами є посереднім, а на зміну рівня державного та гарантованого державою боргу країни мали вплив також інші фактори.

Проаналізуємо частку ваги боргу, що припадає на одного працюючого громадянина України, для чого побудуємо рис. 5.

Якщо провести аналіз тенденцій зміни частки державного боргу, яка припадає на одного працюючого, то можна зробити висновок про її зростання протягом 2009–2016 років. Так, державний та гарантований державою борг на одну особу зріс на 2 381 дол., досягнувши 4 542 дол., зовнішній борг – на 1 635 дол., досягнувши 7 265 дол. у 2016 році, причому обидва показники мають тенденцію до подальшого зростання.

Щодо рівня платоспроможності України за гарантованими державою боргами, то рейтингове агентство "Moody's" підвищило його до Саа2, тобто рейтингу дев'яти основних незабезпечених випусків єврооблігацій України, випущених в ході реструктуризації боргу в листопаді 2015 року [7].

Водночас "Moody's" підтвердило незабезпечений рейтинг Са за бондами на \$3 млрд., проданими Росії в грудні 2013 року. Нині облігація знаходиться в дефолті.

"Moody's" також підвищило довгостроковий рейтинг емітента в іноземній валюті по фінансуванню інфраструктурних проектів (Finipro) до Саа2 і змінило прогноз рейтингу на позитивний. Уряд повністю гарантує борг Finipro [7].

Оновлення рейтингів уряду України до Саа2 засноване на таких ключових факторах.

Кумулятивний вплив структурних реформ, які, якщо вони будуть стійкими, як очікується, поліпшать динаміку державного боргу. Значне зміцнення зовнішньої позиції України.

Підвищення рейтингу було обмежене однією відміткою, тому що протягом наступних кількох років Україна зіткнеться з важким тягарем обслуговування зовнішнього боргу, що потребує додаткового фінансування в іноземній валюті понад того, що можуть надати офіційні кредитори.

Більш того, внутрішня політика і геополітична напруженість можуть порушити доступ України до ринків приватного капіталу, а також послабити валюту з відповідними негативними наслідками для показників боргу уряду та економічної стабільності.

Проте позитивний прогноз рейтингу відображає динаміку реформ, які, якщо вони будуть стійкими, можуть привести до подальшого підвищення стійкості державного зовнішнього боргу України. Такий імпульс реформ також підтримує відновлений доступ України до глобальних ринків капіталу, що стане більш легким шляхом рефінансування значних платежів за зовнішнім боргом з 2019 року. Україна також може передбачати ці платежі за допомогою активних операцій з управління боргом.

"Moody's" підвищило «стелю» країни для облігацій в іноземній валюті до Саа1 з Саа2, тоді як «стелю» країни для депозитів в іноземній валюті було підвищено до Саа3 з Са. «Стелі» країни для заборгованості і депозитів в національній валюті були підняті до Саа1 з Саа2. Короткострокові «стелі» країни в іноземній валюті по депозитах та облігаціях залишалися в Not Prime (NP). «Стелі» країни зазвичай визначають найвищий рейтинг, який може бути присвоєно зобов'язаннями резидента емітента в даній країні.

Управління державним боргом України здійснюється Міністерством фінансів України за погодженням з Національним банком України. Розміщення боргових зобов'язань України та надання гарантій від імені держави здійснює Міністерство фінансів України. Граничні розміри державного боргу України, його джерела і строки погашення визначає Верховна Рада України під час затвердження Державного бюджету України на поточний рік.

Висновки з проведеного дослідження. Загалом з огляду на вищенаведені абсолютні та відносні показники зовнішньої заборгованості України є підстави говорити про тенденції:

- постійного зростання зовнішнього державного боргу в Україні;
- зростаючого навантаження на вітчизняну економіку від погашення та обслуговування державних боргів;
- зниження рівня фінансово-економічної безпеки України.

Щодо нарощення зовнішнього державного боргу, то слід зауважити, що саме по собі таке явище не обов'язково є негативною тенденцією. Проте в умовах порушення територіальної цілісності, військових дій на сході України воно набуло загрозливих масштабів, в очах міжнародних інвесторів Україна залишається дуже проблемною країною, що знаходить своє відображення у низьких суверенних кредитних рейтингах, які присвоюються Україні та українським державним борговим цінним паперам провідними світовими рейтинговими агентствами. Низький кредитний рейтинг країни негативно впливає не тільки на обсяг залучених кредитних ресурсів але й на їх вартість, оскільки кредитний рейтинг є індикатором ризи-

кованості будь-яких інвестицій у конкретну країну. Тому подальше нарощування державного та гарантованого державою боргу може суттєво сповільнити темпи зростання економіки України, зробити її більш залежною від кредиторів та понизити рівень національної безпеки України.

Для формування стратегії управління борговими процесами в Україні необхідно вживати низку невідкладних заходів:

- розробити механізм збалансування витрат та доходів у бюджетних системах, що є основою централізованих фінансів;

- формувати дефіцит бюджету на економічно обґрунтованому рівні;

- знизити темпи підвищення доходів населення, враховувати можливості товарного забезпечення, розміру джерел їх виплат;

- впровадити кількісний та якісний аналіз залежності фінансової дестабілізації бюджетної системи від внутрішніх і зовнішніх чинників;

- сприяти розвитку потенціалу внутрішнього ринку;

- контролювати можливі загрози та ризики, а також уникати їх в процесі управління державним боргом, запобігати зростанню боргового навантаження;

- впровадити систему суворого контролю за грошовими потоками з метою забезпечення фінансових зобов'язань;

- підвищити ефективність інвестування додаткових бюджетних доходів;

- Верховній Раді прийняти закон про державний борг, який би регулював процес формування та регулювання державного боргу України;

- прискорити залучення масштабних інвестицій в економіку України з метою оновлення основних фондів підприємств у пріоритетних галузях економіки;

- обмежити запозичення через світові фінансові інститути (МВФ, СБ тощо), замінити їх на більш вигідні для України;

- виявити перелік чинників, які не контролюються державою.

Україна уже не раз у своїй незалежній історії стикалась із проблемою дефолту. Так, зокрема, у 2015 році для зменшення боргового навантаження та зменшення ризику втрати платоспроможності за борговими зобов'язаннями було проведено реструктуризацію боргу. В результаті проведених урядом України переговорів з клубом кредиторів України було досягнуто згоди щодо реструктуризації боргу, списання 20% та продовження на чотири роки терміну погашення українських євроблігацій. Однак питання реструктуризації боргу є спір-

ним, оскільки постійне відкладання терміну повернення боргу перекладає боргове навантаження на новий уряд, але обсяги боргу при цьому сягають безпрецедентних величин і лягають на плечі майбутніх поколінь. Іншим негативним фактором боргової залежності є виділення значної суми коштів з бюджету країни на обслуговування боргу, це ті кошти, які можна було спрямувати на розвиток національної економіки, однак вони зарезервовані для виплати переважно іноземним кредиторам. Поточний та майбутні бюджети України повністю прив'язані до погашення державного боргу, причому ці статті є пріоритетними, вони зменшують витрати на освіту, охорону здоров'я, обороноздатність країни тощо.

Це свідчить про потребу припинення подальшого нарощення державних боргів та про пошук інших шляхів залучення фінансових ресурсів в економіку України, а також про необхідність переформатування фінансової політики держави щодо оптимізації державних фінансових витрат. А за незмінної політики нарощення державних запозичень будемо спостерігати вплив державного боргу на економіку в довгостроковому періоді у вигляді скорочення заощаджень, внутрішніх та зовнішніх інвестицій, національного доходу, рівня реальної заробітної плати тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бюджетний кодекс України (редакція від 20 вересня 2015 року). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page>.

2. Герд Е. Управління державним боргом: завдання, цілі, учасники. Фінанси України. 2014. № 1. С. 7–21.

3. Про державний внутрішній борг України: Закон України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2604-12>.

4. Лісовенко В., Бенч Л., Бец О. Державний борг: концептуальні засади та макроекономічні аспекти. Фінанси України. 2014. № 12. С. 7–31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2014_12_3.

5. Мірошніченко І. Зовнішня заборгованість України як чинник впливу на економічну безпеку держави в умовах глобалізації. Облік і фінанси. 2014. № 3. С. 102–109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2014_3_18.

6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: <http://www.imf.org>.

8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://index.minfin.com.ua/index/debtgov>.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ*

METHODICAL APPROACHES TO FORMATION AND STRATEGIES FOR THE IMPLEMENTATION OF THE NEOINDUSTRIAL POLICY

У статті узагальнено методичні підходи та концепції стратегій реалізації неоіндустріальної промислової політики. Розглянуто методи та механізми впровадження державного регулювання промислового розвитку з урахуванням активізації інноваційно-інвестиційних процесів в економіці держави. Запропоновано концептуальні орієнтири розвитку механізмів неоіндустріальної промислової політики як складової частини соціально-економічної політики держави через систему заходів прямого (адміністративного) і непрямого (фінансово-економічного) державного регулювання економіки, спрямованих на стимулювання розвитку промисловості, підвищення національної конкурентоспроможності і ефективності виробництва.

Ключові слова: промислова політика, методичні підходи, державне регулювання, неоіндустріалізація, регіональний розвиток.

В статье обобщены существующие методические подходы и концепции стратегий реализации неоиндустриальной промышленной политики. Проведен обзор методов и механизмов внедрения государственного регулирования промышленного развития с учетом активизации инновационно-инвестиционных процессов в экономике государства. Предложены концептуальные ориентиры развития механизмов неоиндустриальной промышленной политики как

составной части социально-экономической политики государства через систему мер прямого (административного) и косвенного (финансово-экономического) государственного регулирования экономики, направленных на стимулирование развития промышленности, повышение национальной конкурентоспособности и эффективности производства.

Ключевые слова: промышленная политика, методические подходы, государственное регулирование, неоиндустриализация, региональное развитие.

The article summarizes the existing methodological approaches and concepts to the strategies for implementing neoindustrial policy. The review of methods and mechanisms for introducing state regulation of industrial development, taking into account the activation of innovation and investment processes in the state economy. Conceptual guidelines for the development of the mechanisms of neoindustrial policy as an integral part of the state's socio-economic policy through a system of measures of direct (administrative) and indirect (financial and economic) state regulation of the economy aimed at stimulating the development of industry, increasing national competitiveness and production efficiency are proposed.

Key words: industrial policy, methodical approaches, state regulation, neoindustrialization, regional development.

УДК: 330.34(477)

Носирев О.О.

к.г.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Постановка проблеми. У сучасній економічній науці визначають дві базові концепції державної промислової політики [1]:

- промислова політика, заснована на методах адміністративної дії і прямого бюджетного субсидування галузей промисловості й окремих проєктів;

- промислова політика з переважанням методів непрямого стимулювання виробництва товарів (робіт, послуг), конкурентоспроможних на внутрішньому й зовнішньому ринках.

Перша модель у чистому вигляді застосовувалася на ранніх стадіях індустріального розвитку. Практика показала, що визначення точок зростання виключно державою, особливо на довгостроковій основі, може призвести до порушення балансу в економічній системі. Це, своєю чергою, підриває базу реалізації поставлених завдань. Друга модель здатна добре функціонувати в державах, де склалася стійка суспільно-економічна система, відмінна раціональною поведінкою

цивільних і ринкових інститутів і передбаченістю розвитку. Очевидно, що сучасна соціально-економічна ситуація в Україні не дає змоги перейти виключно до другої моделі. Відповідно, під час розроблення та реалізації української державної промислової політики доцільно використовувати як прямі, так і непрямі методи державного регулювання. У цьому варіанті держава відмовляється від регулюючого втручання у конкретні господарські процеси, але активно займається неоіндустріальним перетворенням соціальних і ринкових інститутів для створення сприятливих умов підприємництва, формування конкурентоспроможної економіки, вирішення основних соціальних завдань. За таких умов держава, не покладаючись тільки на автоматичну дію законів ринку, залишає за собою право визначати загальнонаціональні пріоритети для всіх учасників процесу промислового відтворення [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найвагоміший внесок у вивчення сучасних проблем промислової політики зроблено працями Б. Данилишина, М. Долішнього, Я. Жаліла, Б. Кваснюка, В. Керецмана, М. Козоріз, Е. Лібанової, В. Мікловди, О. Оболенського, Я. Олійника, Г. Під-

* Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проєктом № Ф70/17593 Державного фонду фундаментальних досліджень.

грушного, Н. Ліби, В. Пили, С. Пирожкова, С. Романюка, Д. Стеченка, В. Чужикова, М. Кизима, Є. Хаустової та інших вітчизняних дослідників.

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування основних стратегічних пріоритетів реалізації промислової політики та концептуальних підходів до впровадження стратегій ефективною промислової політики на загальнодержавному та регіональному рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. У промисловій політиці, орієнтованій на неоіндустріальну трансформацію, перевага надається м'яким, горизонтальним методам регулювання, а активізація виробництва орієнтована на стійке зростання, що передбачає зростання зайнятості і доходів населення, підвищення якості життя, дотримання екологічних вимог, збереження довкілля та ресурсоефективність У процесі дослідження вітчизняного і світового досвіду розвитку виробничої сфери дослідниками сформульовано чотири основних принципи розроблення і реалізації промислової політики [3].

Перший принцип – політична підтримка національної промислової політики. Надання державної підтримки чи стимулювання розвитку промислового виробництва і сфери послуг здійснюється відповідно до пріоритетів, які проголошуються у щорічних посланнях Президента України і закріплюються в Основних напрямках діяльності уряду України.

Другий принцип – об'єктивність промислової політики. Цим принципом промислової політики визначається об'єктивна зумовленість підвищення конкурентоспроможності й стратегії структурної перебудови промисловості відповідно до домінуючих тенденцій розвитку світової та вітчизняної економіки. Реалізація даного принципу припускає неоіндустріальний розвиток наукоємних галузей і технологічної модернізації традиційних галузей, становлення нового типу галузевої структури промисловості і прискорення інноваційного процесу. Розвиток високотехнологічного сектору і реалізація наукоємної продукції забезпечує створення інноваційної інфраструктури, побудови логістичних систем, реалізації освітніх програм і організації технічної підтримки, які здійснюються переважно у вигляді надання інтелектуальних послуг. Під час реалізації цього принципу необхідно орієнтуватися на можливості конкурентоспроможних вітчизняних компаній і великих транснаціональних корпорацій з українським капіталом, регіональних промислових структур і територіальних комплексів, а також підприємств малого й середнього бізнесу, що забезпечують і підживлюють вітчизняний бізнес інноваціями, новими видами продукції та кадровими ресурсами.

Держава має певним чином виявляти зацікавленість у підтримці:

- корпоративних структур, що забезпечують національну безпеку й економічну незалежність країни;

- транснаціональних корпорацій і вертикально інтегрованих структур для постійного збільшення їхньої частки на світовому ринку та розширення обсягу участі у міжнародному розподілі праці;

- регіональних компаній для збільшення їхньої частки на внутрішньому ринку й перетворення у промислові структури загальнонаціонального масштабу з перспективою виходу на світовий ринок із конкурентною продукцією;

- інноваційно-активних підприємств малого й середнього бізнесу;

- вирішення завдань інституціонального забезпечення економіки знань, а також концентруючих свої зусилля на проривних напрямках технологічного прогресу [4].

Третій принцип – прозорість механізму реалізації промислової політики. Здійснення вибору конкретних об'єктів промислової політики має здійснюватися за прозорими схемами й зрозумілими критеріями з урахуванням думки трьох сторін господарської діяльності: держави, бізнесу і організацій, що представляють інтереси працівників.

Якісними критеріями вибору об'єктів є:

- пріоритетні соціально-економічні цілі та інтереси національної безпеки України, що враховуються у стратегії розвитку підприємства;

- репутація підприємства і ступінь відомості його торгової марки, а також продукції на зовнішньому й внутрішньому ринках;

- участь акціонерного капіталу компанії у реальному котируванні акцій на міжнародних, центральних і регіональних фондових біржах, а також ступінь використання компанією таких фінансових інструментів, як публічна емісія облігацій, випуск векселів і т. п.;

- рівень вищого персоналу й якість управління.

Кількісними критеріями оцінки компаній є:

- наявність і перспектива зростання платоспроможного попиту (внутрішнього й зовнішнього) на певні види продукції і послуги;

- динаміка капіталізації компанії з визначенням частки профільних активів (забезпечуючих випуск, реалізацію і післяпродажне обслуговування своєї конкурентоспроможної продукції) у вартості сукупних активів;

- динаміка зростання випуску конкурентоспроможної продукції з визначенням частки такої продукції на національних і світових ринках;

- співвідношення власних і позикових фінансових інвестиційних ресурсів із визначенням частки прямих інвестицій у модернізацію і переоснащення основного й допоміжного устаткування, а також обсягів власного і зовнішнього фінансування НДДКР;

- наявність планів і практика створення нових робочих місць, реалізації програм підвищення кваліфікації [5].

Стимулювання процесів розширення спектру й обсягів наукоємних послуг у міжнародній системі розподілу праці є найперспективнішим напрямом експортного складника промислової політики. Для ефективного вирішення завдань неоіндустріальної трансформації вітчизняного промислового потенціалу та інтеграції у глобальні виробничі ланцюжки з більшою часткою доданої вартості доцільно спиратися на комбінацію експортоорієнтованої та інноваційно спрямованої моделей індустріалізації [6].

Четвертий принцип – комплексність і цілісність системи реалізації промислової політики. Цей принцип означає взаємозв'язок системи державного регулювання економіки і заходів щодо розроблення і реалізації промислової політики з програмами соціально-економічного і культурно-освітнього розвитку суспільства. Він припускає не тільки координацію всіх видів економічної політики, а й підлеглість інноваційної, інвестиційної, кадрової, зовнішньоекономічної політики цілям і завданням промислової політики.

Промислова політика охоплює розвиток усього товарного виробництва, але його учасники знаходяться на різних рівнях розвитку господарства, тому методи економічної дії на них мають бути неоднаковими. Для підприємств, що повністю адаптувалися до ринкових умов, необхідне створення загальних економічних умов. Для підприємств, що знаходиться в депресії, потрібна селективна підтримка залежно від їхньої економічної значущості [7].

Виступаючи частиною загальної економічної політики держави, неоіндустріальна промислова політика реалізується через такий самий набір методів та інструментів, властивих найзагальнішій економічній політиці, а також методів більш приватного порядку.

Методи промислової політики вельми різноманітні, апробовані практикою багатьох країн і в цьому значенні становлять якийсь стандартний набір. Різні автори класифікують їх по-різному, проте є доцільним класифікувати ці методи за змістом й одночасно за характером дії на об'єкт [8]:

1) методи макроекономічного регулювання. Вони спрямовані на формування необхідної для розвитку реального виробництва загальноекономічного середовища, передусім на забезпечення фінансової стабілізації, подолання дефіциту держбюджету й упорядкування грошового обігу, досягнення позитивного платіжного балансу, стабілізацію або принаймні передбачену зміну курсу національної валюти. Все це утворює макроекономічний фундамент, без якого неможливо розвернути дієву промислову політику. Макроекономічне

регулювання здійснюється через інструменти податкової, грошово-кредитної і фінансової, а також зовнішньоекономічної політики;

2) ресурсні (витратні) методи. Це зазвичай методи прямої дії на об'єкти промислової політики. Конкретні види ресурсних методів вельми різноманітні. Передусім це система державних замовлень і держзакупівель. Далі – адресні субсидії і субвенції, кредити, формування і використання фондів страхування ризиків (інвестиційних, експортних та ін.), податкові пільги. Промислова політика включає фінансове забезпечення підготовки і перепідготовки кадрів, витрати на імміграцію трудових ресурсів, субсидування державою фундаментальних досліджень і частково НДДКР прикладного характеру.

Держава може також узяти повністю або частково витрати, що дають змогу подолати або пом'якшити несприятливі соціальні результати реструктуризації промисловості, передачі заводської соціальної інфраструктури у ведення місцевих органів влади. Витратні методи реалізуються через інструменти бюджетної, інвестиційної та інноваційної політики [8; 9];

3) інституціональні методи – це формування відповідної ринковим принципам і завданням економічної (зокрема, промислової) політики правового й організаційно-економічного середовища, загального для всього господарського порядку. Характер дії цих методів – регулюючий і стимулюючий. Реалізація інституційних методів не припускає витрат безпосередньо на об'єкт промислової політики (галузь, підприємство, регіон). Якщо й є ресурсні витрати, то на проведення самих інституціональних перетворень, на створення відповідних інститутів ринку і регулювання розвитку виробництва.

Інституціональні методи – це засоби загальносистемного характеру, вони впливають не вибірково, а на всю економічну систему, охоплюють увесь комплекс питань господарського законодавства, особливо правове облаштування трудових відносин.

Для розвитку виробництва особливо важливим виявляється формування ринку цінних паперів, що додає капіталу мобільність;

4) окремо слід виділити такий метод, як інформаційний. Найпершим обов'язком держави в рамках політики розвитку реального сектору виробництва товарів і послуг є забезпечення суб'єктів ринку і відповідних державних органів систематизованими, обробленими за допомогою науково обґрунтованих методик даними про оточуюче їх економічне і політичне середовище. Це дає змогу учасникам процесу розвитку економіки підвищити обґрунтованість своїх рішень у сфері виробничої, інвестиційної, інноваційної, комерційної діяльності. Йдеться про систематичні й доступні широкому

колу користувачів аналізи і прогнози економічної ситуації в країні, в окремих галузях і регіонах. Маються також на увазі маркетингові дослідження й організація системи консалтингових послуг [8].

На сучасному етапі за умов посилення інтеграційних відносин увага держави до проблем вітчизняної промисловості потрібна з низки причин:

- значна частина створеного у СРСР промислового потенціалу від початку не орієнтована на ринок і не в змозі випускати конкурентоспроможну продукцію;

- довгий час державна підтримка традиційно зводилася до бюджетної підтримки важливих для економіки галузей (без перепрофілювання підприємств і орієнтації їх на ринок, без перепідготовки фахівців і підвищення якості менеджменту);

- у найближчій перспективі головним завданням промисловості має бути вихід на світовий ринок, що вимагає перегляду традиційних підходів до промислової політики [9].

Останнім часом вітчизняна економіка прискореними темпами втрачає свою конкурентоспроможність. Інтеграція у світову економіку може загострити проблеми, що позначилися, тому основним завданням держави сьогодні є створення цілісної системи забезпечення розвитку наукоємного виробництва в Україні, переведення країни на інноваційну стратегію розвитку. Йдеться не про підтримку галузей або підгалузей за канонами планової економіки, а про підтримку окремих виробництв і технологій, здатних забезпечити технологічні прориви, значущі для світової економіки. Тільки у цьому разі можна добитися розширення частки українських підприємств на вітчизняних і світових ринках, що, своєю чергою, має стати основним джерелом підвищення рівня життя громадян.

Тенденції розвитку регіонів України зумовлюють необхідність формуванням неоіндустріальної регіональної промислової політики за горизонтальним принципом. Цей принцип передбачає спрямування заходів промислової політики на рівномірний та конкурентний розвиток усіх секторів, галузей та сфер діяльності на рівні регіону [9].

Організація підтримки і стимулювання інвестиційного й інноваційного розвитку держави має мати системний характер і може надати відчутні результати за умови відповідного корегування державного управління в податковій, бюджетній і зовнішньоекономічній сферах [10].

Промислова політика, розроблена з використанням неоіндустріального підходу, має включати такі підсистеми:

- маркетингову, функції якої полягають у вивченні споживчого і інвестиційного попиту на різних ринках (як внутрішніх, так і зовнішніх) і подальшому формуванні маркетингової стратегії;

- інноваційну, до функцій якої належать створення портфеля конкурентоспроможних інновацій

на основі тих, що є, НДДКР й забезпечення їх прискореного впровадження у промислове виробництво;

- структурну, функції якої полягають у визначенні пріоритетів промислового розвитку і створенні сприятливого фінансово-економічного й нормативно-правового режиму для трансферту інновацій у виробництво [10].

На сучасному етапі з урахуванням посилення інтеграційних відносин в Україні сформувався два провідних суб'єкти промислової політики: держава, ініціююча економічну реформу, і великий бізнес (інтегровані бізнес-групи). Очевидно, що за умов фінансових труднощів, що переживаються вітчизняною економікою, а також за умов відкриття економічних меж і неготовності українських товаровиробників конкурувати з могутніми зарубіжними компаніями діяльність держави у сфері промислової політики набуває особливої актуальності. Водночас визнання крупного бізнесу як найважливішого суб'єкту підвищення конкурентоспроможності країни можна вважати необхідною основою неоіндустріальної державної промислової політики [11].

В Україні інтегровані підприємства стали економічними суб'єктами, здатними акумулювати необхідні для інвестицій фінансові потоки. Вони здатні в умовах, що склалися, приймати технологічні та фінансові ризики нововведень, вирішуючи тим самим проблему комерціалізації технологій та їх впровадження. З розвитком великих вітчизняних підприємств їхня роль у модернізації країни зростатиме, оскільки сам-е у них концентруються ресурси загальнонаціонального розвитку: професійні кадри, управлінська компетенція, передові технології й фінансові ресурси [12].

Крім того, саме ці інтегровані підприємства реально включаються до конкурентної боротьби на міжнародних ринках. Тільки перехід до неоіндустріальної інноваційної економіки дасть змогу підвищити ефективність української промисловості й інтегруватися у світовий інформаційний та економічний простір як рівноправному партнерові. Тут свою важливу роль має відіграти малий і середній інноваційний і виробничий бізнес, який за цілеспрямованої підтримки держави має стати повноправним суб'єктом формування і реалізації промислової політики [12].

Таким чином, сучасна неоіндустріальна промислова політика України в умовах розвитку інтеграційних відносин має базуватися на таких положеннях:

- 1) розгляд промислової політики як найважливішого складника загальнонаціональної стратегії;

- 2) активна рівноправна участь у процесі розроблення промислової політики держави, бізнесу, наукових і суспільних організацій;

3) перехід від галузевої промислової політики, що склалася, до політики державної підтримки конкурентоспроможних технологій і виробництв;

4) вибір об'єктів промислової політики відповідно до загальносвітової тенденції зростання значення високотехнологічних галузей із високою доданою вартістю;

5) створення умов для переходу до наукоємної економіки, в якій знання та інформація є головними чинниками стійкого економічного зростання;

6) посилення значення законодавчої та судової діяльності у проведенні промислової політики [12].

Висновки з проведеного дослідження. Ключове питання промислової політики у здійсненні неіндустріальних трансформацій – які методи та механізми можуть бути задіяні для їхнього здійснення. Отже, на основі вищезазначених положень можна констатувати, що промислова політика, яка забезпечує досягнення стратегічних цілей, припускає взаємозв'язок таких елементів:

1) концепції, узгодженої з комплексом цілей соціально-економічного розвитку держави;

2) програми, що припускає комплекс заходів щодо здійснення промислової політики і механізмів її реалізації;

3) пакету нормативно-правових актів, що забезпечують успішний розвиток національної промисловості.

Сучасна промислова політика має забезпечувати рішення державних проблем, сприяти розвитку інтелектуально-кадрового і науково-технічного потенціалу національної економіки, орієнтуватися на задоволення споживчого попиту й підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників. Відповідно, яким би не був інструментарій державного регулювання, він покликаний сприяти вирішенню основних завдань промислової політики на сучасному етапі розвитку державної економічної системи в умовах розвитку інтеграційних відносин.

Завдання сучасної національної промислової політики:

- визначення переліку технологій і виробництв, що забезпечують захист найважливіших інтересів держави;

- забезпечення пріоритету науково-технічного розвитку;

- створення умов для найповнішої реалізації національного науково-технічного й освітнього потенціалу;

- розвиток інфраструктури науково-технічної діяльності і ринку технологій;

- стимулювання інновацій у вітчизняній промисловості (у тому числі підтримка малого бізнесу);

- сприяння просуванню вітчизняних технологій на міжнародний ринок;

- розроблення і реалізація національних науково-технічних програм.

Таким чином, промислова політика як складова частина соціально-економічної політики держави включає систему заходів прямого (адміністративного) й непрямого (фінансово-економічного) державного регулювання економіки, спрямованих на стимулювання розвитку промисловості, підвищення національної конкурентоспроможності і ефективності виробництва. Вибір і реалізація типу промислової політики (загальносистемної або селективної) зумовлені складністю вирішуваних завдань й обраними пріоритетами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Макаренко І.О. Сучасні складові державної промислової політики України. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2010. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2010_3_11.

2. Государственный сектор промышленности в системе экономического регулирования: монография / Н.Г. Чумаченко, Л.Г. Червова, Л.М. Кузьменко и др. Донецк: Ин-т экономики промышленности НАН Украины, 2003. 330 с.

3. Коломойцев В.Є. Структурна трансформація промислового комплексу України. К.: Українська енциклопедія, 1997. 304 с.

4. Самитов А.А. Эффективная промышленная политика как основа экономического роста. Информ-Курьер. 2002. № 5. С. 25–29.

5. Развитие национальной экономики на засадах неіндустріальної модернізації / С.В. Іванов, В.І. Перебийніс, Є.В. Котов, О.В. Федірець. Управління економікою: теорія та практика: зб. наук. пр. К.: ІЕП НАНУ, 2015. С. 31–41.

6. Ліба Н.С. Формування основних цілей регіональної промислової політики. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Вип. 22. Ч. 2. С. 63–67.

7. Стратегия оценки промышленной структуры и роста / ООН Департамент по экономической и социальной информации и анализу политики. Нью-Йорк: ООН, 1994. VIII. 73 с.

8. Ляшенко В.І., Котов Є.В. Україна ХХІ: неіндустріальна держава або «крах проекту»? монографія; НАН України, Ін-т економіки промисловості; Полтавський ун-т економіки і торгівлі. К., 2015. 196 с.

9. Національна модель неіндустріального розвитку України: монографія / В.П. Вишневський, Л.О. Збаразська, М.Ю. Заніздра, В.Д. Чекіна та ін.; за заг. ред. В.П. Вишневського. К.: НАН України, Інститут економіки промисловості, 2016. 518 с.

10. Кіндзерський Ю.В. Антикризисова промислова політика: варіант вітчизняного концепту. Вісник Національної академії наук України. 2016. № 10. С. 27–42.

11. Ліба Н.С. Наукові підходи до поняття «регіональної промислової політики». Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 6. URL: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/113.pdf>.

12. Неіндустріальна трансформація промислового потенціалу України: колективна монографія / Л.В. Дейнеко, І.А. Шовкун, Е.І. Шелудько та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л.В. Дейнеко; НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». К., 2016. 278 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИБНОЇ ГАЛУЗІ
ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE FISH INDUSTRY
OF THE BLACK SEA REGION OF UKRAINE

У статті розглянуто основні проблеми рибної галузі Причорноморського регіону України. Охарактеризовано основні стримуючі чинники розвитку рибної галузі Причорномор'я. Доведено, що нові вимоги сьогодення та сучасні реалії вимагають вивчення і вирішення науково-практичних завдань, пов'язаних із подальшим розвитком рибопродуктової галузі Причорноморського регіону за рахунок кращого використання власних сировинних ресурсів та впровадження інноваційних технологій рибоберобки.

Ключові слова: рибна галузь, Причорноморський регіон, рибоберобна промисловість, проблеми рибоберобної галузі, перспективи розвитку рибоберобки.

В статье рассмотрены основные проблемы рыбной отрасли Причерноморского региона Украины. Охарактеризованы основные сдерживающие факторы развития рыбной отрасли Причерноморья. Доказано, что новые требования настоящего и современные реалии требуют изучения и решения научно-практических задач, связанных с

дальнейшим развитием рыбопродуктовой области Причерноморского региона за счет лучшего использования собственных сырьевых ресурсов и внедрения инновационных технологий рыбопереработки.

Ключевые слова: рыбная отрасль, Причерноморский регион, рыбоперерабатывающая промышленность, проблемы рыбоперерабатывающей отрасли, перспективы развития рыбопереработки.

The article deals with the main problems of the fish industry of the Black Sea region of Ukraine. The main constraints of the development of the Black Sea fisheries sector are described. It is proved that new requirements of the present day and modern realities require the study and solving of scientific and practical tasks related to the further development of the fish processing industry in the Black Sea region at the expense of better use of own raw materials and introduction of innovative technologies of fish processing.

Key words: fish industry, the Black Sea region, fish processing industry, problems of fish processing industry, prospects of fish processing.

УДК 338.58:65.014

Паславська В.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва

Прикарпатський інститут імені Михайла Грушевського

Квасній З.В.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Прикарпатський інститут імені Михайла Грушевського

Постановка проблеми. Рибне господарство в системі національної економіки України та Причорноморського регіону зумовлює стратегічне значення галузі в частині формування продовольчої безпеки та зміцнення позицій у міжнародному плані. Вважаємо, що важливим є відтворення водних біоресурсів, їх охорона та раціональне використання, а також забезпечення державного регулювання та ефективний контроль над веденням промислового вилову риби та рибальства. У цьому зв'язку питання та пов'язані з ними організаційно-управлінські та економічні аспекти з подальшого розвитку рибної галузі Причорноморського регіону України є пріоритетними для держави, а їх актуальність не може викликати сумнівів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням перспектив розвитку вітчизняного ринку риби і рибопродукції присвячено роботи П.Т. Саблука, П.П. Борщевського, М.С. Стасишена, С.І. Алімова, О.В. Загороднюк [5], А.В. Захарчук [6], О.С. Курганської та ін. Ураховуючи результати ґрунтовних наукових досліджень даної проблеми і нові вимоги сьогодення, сучасні реалії вимагають вивчення і вирішення науково-практичних завдань, пов'язаних із подальшим розвитком рибопродуктової галузі Причорноморського регіону за рахунок кращого використання власних сировинних ресурсів та впровадження інноваційних технологій переробки.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження проблем та перспектив ринку риби в Причорноморському регіоні України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Матеріально-технічна база підприємств рибної галузі за часів колишнього СРСР давала змогу добувати, переробляти, зберігати та продавати на території колишнього СРСР близько 1 200 тис. т продукції за рік. Проте після проголошення Україною незалежності відпала потреба в поставках риби на територію колишнього СРСР. Сировинна база для українського рибпромислового флоту різко звузилася. Починаючи із середини 90-х років в Україні почала формуватися нова кон'юнктура ринку риби. Характерною ознакою ринку риби Причорноморського регіону є те, що після зниження мита замість риби з Росії на українському ринку переважає риба, що надходить із Норвегії [1].

Практика показує, що рибна промисловість України спеціалізувалася переважно на виробництві консервів із сардини та сардинелли, а також реалізації свіжих та заморожених видах риби.

За площею (113,4 тис. км²) Причорноморський економічний район посідає перше місце в Україні, займаючи 18,6% її території. Причорноморський економічний район розташований у південній і південно-західній частині України, займаючи територію рівнинної Причорноморської низовини та Кримський півострів, має вихід до Чорного й Азовського морів. Причорноморський економіч-

ний район України включає Одеську, Миколаївську та Херсонську області. Район має зручне географічне положення, оскільки розташований на перетині державних і міжнародних шляхів Азово-Чорноморського басейну. Саме його приморське положення сприяє розвитку портового і рибного господарств. Через територію Причорноморського району прокладено важливі залізничні, річкові та повітряні шляхи, що з'єднують економічні райони України з багатьма іноземними державами.

Рибоконсервні заводи є в Генічеську, Кілії, Білгород-Дністровському.

Дослідження показують, що до галузі рибного господарства Причорноморського регіону належать:

- користувачі водних живих ресурсів;
- морські порти;
- наукові установи;
- навчальні заклади;
- підприємства, що спеціалізуються на відтворенні різних видів риб;
- підприємства різних форм власності, які займаються розведенням та вирощуванням риби;
- підприємства, що здійснюють консервне виробництво з риби та морепродуктів.

Інфраструктура ринку риби та харчової продукції з неї за роки СРСР включала промисловий флот (міста Одеса, Севастополь, Керч), систему доставки продукції та сировини (залізничний, автомобільний та морський транспорт), систему зберігання (підприємства зі зберігання риби, інших водних живих ресурсів і рибної продукції) та систему переробних підприємств (консервні заводи і берегові рибопереробні підприємства, підприємства оптової та роздрібної торгівлі і науково-дослідні інститути).

Промисел риби у Причорномор'ї проводився лише у внутрішніх водах та в обмеженій зоні поблизу Мавританії. Рибна продукція була затребувана лише частково – здебільшого споживачами системи Міноборони, МВС та державного матеріального резерву.

У 1996 р. Україною укладено угоду про вільну торгівлю з країнами Балтії, що деякою мірою змінило ситуацію на краще. Нині наявна застаріла виробнича база рибної галузі не дає змоги виробляти продукцію, яка б відповідала вимогам часу. Статистика показує, що у зв'язку з анексією Криму Україна втрачає дві третини свого вилову риби. У 2013 р. Україна виловила 216 тис. т риби. При цьому 82 тис. т було виловлено у Причорноморському регіоні, з яких 52 тис. т – кримськими рибалками, що становить 65% вилову риби в регіоні. Плюс 98 тис. т риби було виловлено чорноморським флотом у світовому океані, а це 100% вилову в океанських водах. Якщо додати ці цифри, то на частку Криму припадає 150 тис. т, а це дві третини всього вилову [2].

І.Т. Кіщак, Н.О. Корнева, О.Є. Новіков [3] до основних проблем, що стримують розвиток рибного господарства, відносять:

- а) державне регулювання та управління в галузі;
- б) насичення ринку рибної продукції та її споживання;
- в) стан відтворення водних біоресурсів на інноваційних засадах.

Вважаємо, що крім цих проблем, основними чинниками, що стримують розвиток рибного господарства Причорноморського регіону України і негативно впливають на процеси відтворення запасів риби, є бурхлива господарська діяльність людини (забруднення вод підприємствами хімічної та металургійної промисловості, забруднення моря небезпечними речовинами в результаті корабельних аварій); браконьєрський вилов особливо цінних порід риби; використання згубних знарядь лову (донного трала); активне будівництво на узбережжі туристичних об'єктів; забруднення водних об'єктів регіону; необґрунтоване водоспоживання; порушення гідрологічних режимів; відсутність ефективних рибозахисних та рибопропускних пристроїв на гідротехнічних спорудах на тлі послаблення державного контролю за виловом і реалізацією рибних ресурсів. Динаміка вилову різних видів риби відображає зростання обсягів видобутку дешевших порід і скорочення вилову цінної риби. Рентабельність рибного виробництва скорочується у зв'язку з постійно зростаючими витратами, необхідними для вилову риби, та особливо через виснаження морських рибних запасів. Велике значення має й неефективний менеджмент у рибному господарстві, неконкурентоспроможний на ринку рибопродукції. Дослідження показують, що на початку 1990-х років рибний ринок України складався з 95% національного виробника і лише 5% припадало на імпорту рибну продукцію.

Головний фактор, що характеризує попит на основну продукцію рибного господарства, є споживання рибопродуктів. У багатьох країнах продукція рибного господарства є стратегічним елементом забезпечення продовольчої безпеки держави [4, с. 72]. Мініміально допустима з медичного погляду кількість споживаної риби на рік має становити 12 кг, а раціональна – 20 кг. В Україні, за даними табл. 1, добування риби зменшилося більше ніж у 4,5 рази порівняно з 1995 і 2000 рр. (табл. 1).

Ситуація, що склалася в рибній галузі України, а отже, і в Причорномор'ї, зумовлена цілою низкою обставин: непомірно високими для населення цінами, порушенням зв'язків між підприємствами, які видобувають сировину, і переробними підприємствами, диспропорціями в доходах між учасниками ринку риби продукції (виробниками, переробниками, реалізаторами) тощо.

Не зумівши уберегти від кризи своє рибне господарство в період початку перебудови, Україна змушена була відкрити доступ для імпорتنих поставок риби та рибної продукції. У 1999 р. державою було знижене ввізне мито на заморожену рибну продукцію з 20% до 5%, що призвело до сплеску кількості імпортової рибопродукції на вітчизняних ринках. Поступово частка вітчизняної рибопродукції скоротилася до 10%. В Україну ввозиться заморожена і охолоджена риба у вигляді тушок і філе [5, с. 27].

За дослідженнями [3], «більше ніж 70% продовольчого кошика населення України – це імпортні рибопродукти. Нині 85% одеського рибного споживчого кошика (свого часу широко відомий ринок «Привоз» із його рибними рядами) становить продукт імпортований, у 70% випадків – із Норвегії. У Норвегії списується державний рибний запас, який перевищує три роки зберігання і, відповідно, поновлюється. Саме за такий строк усі корисні для людини речовини, що є в рибі, втрачають свої властивості». Основними країнами – імпортерами риби в Україну є Норвегія, В'єтнам, Ісландія, рибної консервації – Росія, Естонія, Латвія [8].

Результати діяльності відокремленого структурного підрозділу Миколаївської митниці – митного поста «Миколаїв-морський» [9] показали, що імпортована рибна продукція у складі риби мороженої та рибного філе належить до основних бюджетоформуєчих товарів. «У 2013 році митним постом оброблено 33,6 млн. т риби мороженої на загальну суму за митним обрахуванням вартості – 537,5 млн. грн.; платежі становили 109,2 млн. грн. за митної вартості одиниці товару 16,0 грн.; відповідно по рибному філе 3,2 млн. т, 73,1 млн. грн., 14,6 млн. грн. та 22,5 грн. Порівняно з 2012 р. у 2013 р. збільшено суму надходження сплачених митних платежів за товарною групою «риба морожена» на 34,0 млн. грн. (фактично – 115,4 млн. грн.); «рибне філе» – на 2,2 млн. грн. (фактично – 9,2 млн. грн.). За питомою вагою серед 18 найбільших суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в 2013 р. ПП «Торговий дім «Українська рибна компанія» займає 7,8% від суми сплачених податків (сплачено 7,1 млн. грн.) під час оформлення імпортованих товарів на митному посту» [3, с. 44].

Очевидно, що для задоволення попиту населення в продуктах харчування, якщо вони високої

Таблиця 1

Добування водних біоресурсів, т

	Добування водних біоресурсів					у т. ч. риби
	усього	у т. ч. за видами водойм				
		у внутрішніх водних об'єктах	у виключній (морській) економічній зоні України	у виключних (морських) економічних зонах інших держав	у відкритому морі	
1995	400191	67816	30133	279548	22694	363444
1996	390819	55107	19563	306861	9288	376424
1997	419971	41721	30239	346176	1835	411742
1998	386097	40736	35825	307913	1623	379234
1999	341977	42523	45050	251101	3303	332199
2000	350087	38210	56990	175033	79854	346699
2001	333363	38257	134585	151613	8908	310451
2002	293205	38011	93030	153324	8840	253847
2003	248176	37703	55027	140991	14455	222385
2004	225905	35365	52467	126834	11239	195067
2005	265585	37396	61176	149622	17391	234185
2006	228840	36701	46799	122374	22966	202231
2007	213669	43207	46909	123553	-	198335
2008	244527	41229	55037	140705	7556	220543
2009	256853	42201	67314	147338	-	238600
2010	218681	38364	69725	110592	-	215017
2011	211182	37574	74870	98738	-	205285
2012	203926	41569	63454	98903	-	195490
2013	225802	45695	78848	96578	4681	216354
2014 ¹	91252	39612	22181	20263	9196	80958
2015 ¹	88552	38507	34205	... ²	... ²	73963
2016 ¹	88443	40754	40335	... ²	... ²	78490

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

² Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації.

якості, не має особливого значення для споживача, звідки вони надходять на ринок. Однак для економіки держави це пов'язано з його безпекою, в даному разі – продовольчою. З одного боку, найважливішою функцією держави є забезпечення населення всіма необхідними продуктами харчування навіть в умовах недостатності власного їх виробництва. З іншого боку, необхідно забезпечувати незалежність країни від зовнішніх виробників і підтримувати власне виробництво, зокрема для забезпечення зайнятості населення.

Практика показує, що в багатьох магазинах реалізовується значна частка неврахованої риби. Згідно з чинним законодавством, щоб у великому магазині провести перевірку, державним контролюючим органам необхідно за десять днів повідомити адміністрацію магазину про мету і час перевірки. За такий термін наявна неврахована продукція з магазину зникає.

Щорічне зниження обсягів вилову риби пов'язане зі старінням рибпромислового флоту, а також із відсутністю адекватного фінансування галузі. За дослідженнями фахівців [9], середній вік українських суден становить більше 20 років, а технічний знос – більше 80% .

За останні роки має місце значне недофінансування наукових установ, що є характерним для України у цілому і Причорномор'я зокрема. Це зумовлює відставання фундаментальних і прикладних досліджень від рівня сучасного світової науки та, як наслідок, призводить до погіршення стану рибогосподарських водойм, зумовлює низький рівень технологічної і технічної бази виробництва, неконкурентоспроможності рибної продукції та зниження обсягів виробництва в регіоні. Крім того, це зумовлює значний відтік високопрофесійних наукових кадрів і, відповідно, втрату наявних наукових напрацювань.

Досвід аграріїв Ізраїлю дає змогу досягати значних результатів на обмежених ділянках землі чи водного плеса. Інвестори та фахівці компанії Agropro Ltd (Ізраїль) адаптують такі технології до місцевих умов у багатьох країнах. Реалізація ізраїльського «рибного» проекту на території Причорноморського регіону сприяє істотному підвищенню продуктивності ставкових господарств. Кінцева його мета – доведення рівня виробництва риби до 15 т/га водного об'єкта; маса однієї вирощеної риби досягатиме 2–2,5 кг. Таке осучаснення риборозведення може сприяти поліпшенню екологічного стану водойм. Проектом також передбачається вирощування малька для «заселення» традиційних місць промислового та любительського рибальства [8].

Занепад рибпромислового флоту збільшувався тим фактом, що державні органи передавали частину океанічного флоту в оренду іноземним підприємствам, які прагнуть найбільш

інтенсивно експлуатувати судна і не зацікавлені в їх ремонті та модернізації. На початок 2011 р. вітчизняний рибпромисловий флот складався зі 146 судів, сім з яких здійснюють вилов у водах Світового океану [10, с. 21].

Всі підприємства рибальства, рибництва і рибпереробки до березня 2014 р. перебували у відомстві Державного агентства рибного господарства України, до функцій якого належать здійснення контролю над дотриманням правил рибальства, вжиття заходів щодо збереження запасів риби, дозвіл і заборона вилову риби, контролювання безпеки мореходства, розроблення методик штучного розведення риб [11, с. 24]. Однак ефективне функціонування рибного господарства можливе лише за наявності не тільки державного органу, а й ефективного функціонування підприємств інших галузей, які обслуговують рибну галузь [12].

Динаміка імпорту за останні роки неоднорідна, при цьому простежується стійке перевищення імпорту над експортом. Питома вага експортованої рибпродукції в обсязі її імпорту з кожним роком скорочується, що свідчить про посилення залежності нашої держави від зовнішніх постачальників стратегічно важливого продукту. Ліквідація такої залежності, на нашу думку, є найважливішим стратегічним завданням Причорноморського регіону України щодо виведення рибного господарства з кризи і подальшого його сталого розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний стан рибної галузі та природних водойм Причорноморського регіону, як і України у цілому, є незадовільним. Негативно на рибоконсервну галузь впливає тіньова продукція, як вітчизняна, так й імпортна. Однією з найбільш гострих проблем є нестача сировини. Підтверджено, що, враховуючи тривалу тенденцію щорічного падіння виробництва галузі рибного господарства України і Причорноморського регіону зокрема, скорочення запасів водних живих ресурсів рибогосподарських водойм, старіння та практичну відсутність механізмів відновлення основних фондів, недосконалість законодавчої бази тощо, необхідно розробити дієві заходи щодо подолання кризової ситуації.

Перспективне регулювання рибної галузі в регіоні має базуватися на історичному досвіді і, відповідно, забезпечуватися економіко-технологічними, нормативно-правовими та організаційно-управлінськими складниками, враховуючи особливості ведення галузі, що, своєю чергою, потребує подальших науково-практичних досліджень. При цьому необхідно врахувати, що важлива роль належить науково-технічному забезпеченню.

Результати дослідження доказують, що пріоритетними напрямками наукового супроводження діяльності рибного господарства Причорномор'я можуть стати такі:

- наукове обґрунтування обсягів сировинної бази та раціонального рибальства;
- аквакультура;
- охорона водних екосистем;
- технології переробки водних біоресурсів.

Перспективи промислового використання живих ресурсів Причорноморського басейну повинні визначатися з урахуванням стану його екосистеми. Стабільний розвиток промислу в Чорному морі можливий лише за раціонального використання і відтворення живих водних ресурсів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегічні імперативи розвитку рибопродуктового комплексу держави / І.Т. Кіщак, Н.О. Корнева, О.Є. Новіков. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2014. Т. 1. Вип. 3(79). С. 5–17.
2. Самофатова В.А. Аналіз перспектив розвитку рибопереробної галузі в Україні. Економіка харчової промисловості. 2014. № 3(23). С. 51.
3. Державне регулювання та економіко-технологічні засади розвитку риби продуктового комплексу / І.Т. Кіщак, Н.О. Корнева, О.Є. Новіков. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2015. Вип. 1. С. 39
4. Борщевский П., Дейнеко Л. Продовольственная безопасность страны: состояние и тенденции. Развитие государства. 2000. № 1– 6. С. 66–73.
5. Бузни А.Н., Сушко Н.А. Генезис рыбного хозяйства Украины. Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы науч.-практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. С. 26–28.
6. Ганжуренко І.В. Сучасний стан і розвиток рибопромислового під комплексу України та світу. Вісник Одеського національного університету. 2013. № 18. Вип. 3/1. С. 72–78.
7. Митний пост «Миколаїв-морський». URL: <http://mk.sfs.gov.ua/okremi-storinki/mitni-punkti/115410.html>.
8. Неїжак В. Ізраїльтяни дадуть нам вудку на рибу. Голос України. 29 жовтня 2013.
9. Загороднюк О.В. Формування та розвиток ринку риби і рибної продукції України: автореф. дис. ... к.е.н.: 08.00.03 «Економіка і управління національним господарством». Одеса, 2012. 24 с.
10. Демчук О.В., Сушко Н.А. Економіка рыбного хозяйства: учеб. пособ. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 311 с.
11. Демчук О.В., Сушко Н.А. и др. Экономика и управление рыбной отраслью Украины: монография. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 239 с.
12. Сиряк Н. Чем богатеет рыбный рынок. Крымские известия. 2008. № 7. С. 8–9.
13. Воронков В. У супермаркеті можна купити рибу... Голос України. 18 липня 2014.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

ENTERPRISE MARKETING STRATEGY DEVELOPMENT: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECT

УДК 339.138

Потапюк І.П.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія

Івченко М.В.

студент
Полтавська державна аграрна академія

Склярчук Р.В.

студент
Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто суть та зміст маркетингової стратегії підприємства. Визначено характерні риси маркетингової стратегії підприємства. Виділено етапи розроблення маркетингової стратегії. Досліджено принципи розроблення маркетингової стратегії. Виокремлено загальні вимоги, що висуваються до маркетингової стратегії підприємства.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингове управління, маркетинговий план, маркетингова стратегія.

В статье рассмотрены сущность и содержание маркетинговой стратегии предприятия. Определены характерные черты маркетинговой стратегии предприятия. Выделены этапы разработки маркетинговой стратегии. Исследованы принципы раз-

работки маркетинговой стратегии. Выделены общие требования к маркетинговой стратегии предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, маркетинговое управление, маркетинговый план, маркетинговая стратегия.

The article examines the essence and content of the marketing strategy of the enterprise. The characteristics of the marketing strategy of the enterprise are determined. There are stages of development of marketing strategy. The principles of marketing strategy development are explored. There are general requirements for the marketing strategy of the enterprise.

Key words: marketing, marketing activities, marketing management, marketing plan, marketing strategy.

Постановка проблеми. Незаперечним є те, що вирішення практичних проблем підвищення ефективної діяльності суб'єктів підприємництва за динамічного зростання ринкової кон'юнктури значною мірою залежить від рівня та якості використання такого важливого інструментарію, як маркетинговий менеджмент. Він дає можливість провадити моніторинг маркетингового середовища, оптимізувати процеси підготовки, ухвалення і виконання оптимальних управлінських рішень, контролювати ефективність функціонування системи маркетингового управління суб'єктами підприємництва.

З огляду на це, дедалі ширшого застосування у сучасній практиці ринкового господарювання набувають інструменти управління маркетинговою діяльністю, однак одностайності у тлумаченні теоретичного змісту цих понять ще немає.

Під час визначення маркетингової стратегії підприємства одним з основних завдань є формування товарної політики, яка б забезпечила ефективну діяльність підприємства в довгостроковому періоді. Саме товар, тобто його продаж та задоволення певних потреб споживачів, є причиною існування підприємства. Одним із першочергових завдань підприємства в умовах маркетингової орієнтації є пошук відповідей на питання: які види продукції виробляти, в якій кількості, як й якими засобами, для кого і коли виробляти. А отже, виважена й послідовна маркетингова діяльність виступає провідним джерелом переваг у конкурентній боротьбі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Провідні вчені у сфері маркетингу, менеджменту, стратегічного управління Ф. Котлер, Г. Ассель, Г. Багієв, А. Вайсман, С. Гаркавенко, А. Гри-

гор, Ю. Дайновський, П. Майданевич, М. Мак-Дональд, Б. Мізюк, Є. Осіпова, М. Портер та ін. у своїх працях визнають фундаментальне значення маркетингової діяльності підприємства. Їх наукові розробки дають змогу стверджувати, що для успішного функціонування в ринкових умовах для зміцнення позицій на наявних ринках та виходу на нові, для забезпечення і підвищення конкурентних переваг підприємствам необхідно створювати і підтримувати ефективний товарний асортимент, приймати обґрунтовані рішення щодо його зміни, щодо якості продукції, її позиціонування, товарної марки, упаковки та інших складників маркетингової діяльності, а також здійснювати її регулярну і систематичну оцінку для якомога кращого задоволення потреб споживачів порівняно з конкурентами. Проте не всі суб'єкти господарювання нині усвідомлюють вирішальну роль ґрунтового аналізу маркетингової діяльності підприємства, що й зумовило тему цього дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає у необхідності поглиблення теоретико-методологічних аспектів формування маркетингової стратегії підприємства та обґрунтуванні етапів її розроблення й впровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальновідомо, що маркетинг на сучасному етапі постійно розвивається, змінюється; маркетингові підходи все частіше застосовуються в підприємствах як в Україні, так і за кордоном. У зв'язку із цим багато елементів маркетингової теорії стали вже загальнознаними, класичними маркетинговими інструментами.

Створення конкурентних переваг є метою маркетингового управління підприємством, визна-

чальним чинником підвищення його конкурентоспроможності. Для цього підприємствам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках необхідні ефективні інструменти маркетингового управління, що використовуються у процесі формування науково обґрунтованої маркетингової стратегії досягнення конкурентних переваг. Її розроблення з урахуванням специфіки діяльності та чинників забезпечення конкурентних переваг на підприємствах викликає потребу в системному обґрунтуванні вибору і визначенні механізму формування [12].

Надзвичайно важливе місце в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства посідає його маркетингова стратегія, яка формує певні ринкові стратегічні орієнтири [15]. В економічній літературі (як зарубіжній, так і вітчизняній) відсутня єдність поглядів дослідників щодо сутності й змісту маркетингової стратегії підприємства.

Сутність маркетингової стратегії полягає в обов'язковому плануванні цілої низки заходів, які об'єднані однією спільною метою і спрямовані на збільшення прибутку за рахунок продажу товарів або надання послуг. До таких заходів передусім належать PR, реклама, а також робота над брендом.

Здійснивши огляд наукових джерел, можна дійти висновку, що маркетингова стратегія – це стратегічний напрям діяльності підприємства, який забезпечує приведення можливостей підприємства у відповідність до ситуації на ринку і складається зі спеціальних середньо- або довгострокових рішень щодо цільових сегментів, комплексу маркетингу, рівня маркетингових витрат.

Наявні визначення категорії «маркетингова стратегія» зводяться до таких основних напрямів:

- маркетингова стратегія – програма (план) дій (Г. Багієв, Є. Уткін [2; 16]);

- маркетингова стратегія – це комплекс стратегічних рішень щодо номенклатури, асортименту, обсягу продукції, а також способів її реалізації (Б. Мізюк [11]);

- маркетингова стратегія – засіб досягнення маркетингових цілей (Г. Багієв, С. Гаркавенко [2; 4]);

- маркетингова стратегія – це довго- та середньострокові рішення щодо елементів комплексу маркетингу (М. Мак-Дональд [9]);

- маркетингова стратегія – це метод впливу на споживача (Г. Ассель [1]);

- маркетингова стратегія – система організаційно-технічних і фінансових заходів для активного впливу на попит і пропозицію товарів (В. Маркова [10]).

Тобто можна констатувати, що маркетингова стратегія – це, безумовно, фундамент, на якому ґрунтується уся маркетингова діяльність.

Маркетингова стратегія на практиці включає локальні стратегії діяльності підприємства на цільових ринках, використовуючи необхідні еле-

менти маркетингового комплексу. Для кожного ринкового сегмента при цьому необхідно визначити нові товари, способи просування, ціни і канали розподілу.

Характерні риси маркетингової стратегії підприємства проявляються у тому, що вона:

- є довгостроково орієнтованою і засобом реалізації маркетингових цілей підприємства;

- базується на результатах маркетингового стратегічного аналізу;

- має певну підпорядкованість в ієрархії стратегій підприємства;

- визначає ринкове спрямування діяльності підприємства;

- є складовою частиною процесу формування стратегії розвитку підприємства, який передбачає певну логічність, послідовність і циклічність.

Разом із тим заслуговують на увагу загальні вимоги, що висувуються до маркетингової стратегії підприємства [6]:

- реальна оцінка ринку;

- альтернативність вибору дій;

- чіткість, ясність, зрозумілість поставлених цілей;

- гнучкість дій, а саме можливість у разі впливу будь-яких чинників швидко реагувати на зміни;

- локалізація в часі, що дасть змогу окреслити низку цілей на коротко-, середньо- і довгострокові.

Тобто кожне підприємство має чітко розуміти, якої мети хоче досягти й які заходи для цього потрібно вживати. Заходи у цьому разі – це певна стратегія просування бізнесу, що стосується кожної структури підприємства на всіх його рівнях, тому підприємство має розробити власну маркетингову стратегію.

Є.І. Осипова виокремлює такі цілі розроблення маркетингової стратегії [13]:

- ринкові цілі (зовнішні програмні цілі): ринкова частка, кількість клієнтів, обсяг продажів у вартісному і натуральному вираженні;

- виробничі цілі (внутрішні програмні цілі) є наслідком ринкових, де представлено все необхідне, щоб досягти ринкових цілей (окрім організаційних ресурсів): забезпечення певного виробничого обсягу, побудова цеху, розроблення нової технології та ін.;

- організаційні цілі: структура підприємства, персонал, управління;

- фінансові цілі: розмір витрат, обсяг продажу, чистий і валовий прибуток, рентабельність продажу та ін.

Коли визначено цілі розроблення маркетингової стратегії, переходять безпосередньо до самого розроблення.

Розроблення маркетингової стратегії – це базова основа маркетингової діяльності підприємства, що визначає напрям для усіх учасників (створення, випуск, реалізація) як єдиного ціліс-

ного процесу. Згідно із цим, можна виділити такі принципи створення маркетингової стратегії [8]:

- виробництво затребуваної продукції;
- вихід на ринок для задоволення потреб споживачів;
- організація виробництва за результатами дослідження потреб і попиту;
- використання комплексного підходу для досягнення мети;
- застосування стратегії пристосування виробництва товарів до вимог ринку;
- орієнтація діяльності на довгу перспективу (стратегічне планування, прогноз);
- постійний пошук нових методів підвищення ефективності виробництва;
- розроблення маркетингової стратегії для максимального задоволення потреб споживачів.

М. Мак-Дональд процес розроблення маркетингової стратегії висвітлює у такій послідовності: «Визначення діяльності підприємства; оцінка внутрішніх і зовнішніх маркетингових факторів; установа цілей маркетингової діяльності; розроблення стратегії; реалізація стратегії; контроль» [9].

Деяко іншу послідовність дій у розробленні та реалізації маркетингової стратегії наводить А. Вайсман: «1. Розробленні образу підприємства і концепції комунікацій, філософії підприємства, його іміджу. 2. Аналіз зовнішнього середовища. 3. Аналіз конкурентів. 4. Аналіз споживачів. 5. Аналіз власної ситуації. 6. Визначення позиції на ринку. Перехід до практичного застосування стратегії. 7. Формування цілей. 8. Забезпечення наглядності. 9. Реалізація стратегії маркетингу. 10. Маркетинговий контролінг» [3].

М. Портер, своєю чергою, виділяє такі три основні етапи процесу розроблення маркетингової стратегії підприємства [14]:

1. Визначення поточної стратегічної сфери діяльності підприємства («Чим підприємство займається зараз?»): ідентифікація стратегій; стратегічні припущення.

2. Аналіз зовнішнього середовища («Що відбувається у зовнішньому середовищі?»): аналіз стану галузі; аналіз конкурентів; аналіз суспільних умов; аналіз сильних і слабких сторін підприємства.

3. Розроблення маркетингової стратегії: аналіз поточних стратегій на відповідність результатам аналізу зовнішнього середовища; розроблення стратегічних альтернатив; формування стратегічного набору.

На нашу думку, процес розроблення маркетингової стратегії підприємства повинен включати такі етапи:

1. Аналіз маркетингових можливостей підприємства, який передбачає оцінку сильних і слабких сторін підприємства, його переваг на конкретному ринку і можливих ризиків (загроз).

Необхідно зазначити, що під час формування стратегії підприємства варто не лише обмежуватися лише аналізом зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку, а й порівнювати стратегічні рішення з елементами конкурентної стратегії кращих аналогічних підприємств [7].

2. Визначення стратегічних цілей підприємства, що здійснюється на основі попереднього етапу.

3. Вибір ринків функціонування, який передбачає аналіз попиту і пропозиції, а також аналіз певного ринку, його плюсів і мінусів, споживчих властивостей, а також потреби в продукції, яку виготовляє підприємство;

4. Розроблення маркетингової програми, яка складається з визначення особливостей цінової політики, методів позиціонування тієї чи іншої продукції на ринку, проведення рекламної кампанії, а також контролю над збутом продукції. Тобто на даному етапі варто визначити основні цільові показники, які дають можливість забезпечити організаційні умови діяльності та основні маркетингові напрями підвищення її ефективності шляхом продуктивного використання ресурсів.

5. Затвердження та реалізація маркетингових програм, що передбачає їх ґрунтовний аналіз у контексті положень основної стратегії підприємства і антикризового менеджменту.

6. Оцінка і контроль результатів здійснюється шляхом зіставлення цілей і результатів. Варто зазначити, що цей процес певною мірою забезпечує стійкий зворотній зв'язок між ходом процесу досягнення цілей і власне цілями, що ставляться перед маркетингом.

Отже, на основі зазначеного вище переконаємося у тому, що маркетингова стратегія підприємства має охоплювати такі складники, як цільовий ринок, позиціонування, ціну, канали розповсюдження, просування товару, його збут, дослідження та розробки.

Реалізація маркетингової стратегії спрямована на створення комплексу конкурентних переваг й ефективного використання підприємством можливостей із боку ринку для досягнення його стратегічної мети [5].

Важливим моментом у процесі реалізації маркетингової стратегії підприємства є розроблення маркетингової програми, що дасть змогу оптимально об'єднати виробничі можливості й кон'юнктурні умови ринку, визначити продуктивний профіль підприємства; провести сегментацію ринку і диференціацію портфеля продукції на товарні групи, виробництво яких буде здійснюватися з урахуванням оптимального завантаження потужностей і розподілу сировини. Розроблення й реалізація маркетингової програми, як і вся стратегія, включає ключові фактори успіху у сфері товарів та послуг, що повинні бути встановлені та чітко сформульовані. Якщо не будуть прийматися

маркетингові заходи, то варто очікувати подальше скорочення продажів і втрати ринку внаслідок його захоплення конкурентами. Заходи повинні бути розроблені й представлені у вигляді конкретних рекомендацій до виконання – програми.

Таким чином, розроблення маркетингової стратегії дасть змогу підприємству:

- значно розширити клієнтську базу і збільшити обсяг продажів;
- підвищити конкурентоспроможність продукції/послуг;
- створити інструмент масового залучення клієнтів;
- вибрати ефективну цінову та товарну політику;
- створити механізм контролю маркетингових заходів;
- підвищити якість обслуговування клієнтів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, аналіз опрацьованих нами наукових джерел дає право стверджувати, що маркетингова стратегія є визначальною щодо розроблення, впровадження і застосування у процесі стратегічного управління підприємствами, оскільки за заданих умов вона максимально відповідає державній економічній політиці і водночас забезпечує комерційним структурам необхідну ефективність, рентабельність і матеріальну зацікавленість у результатах праці.

Реалізація маркетингової стратегії – це система заходів, які сприяють активізації діяльності підприємства у сфері виробництва, фінансів, мотивації персоналу на досягнення поставлених цілей. Основне завдання реалізації стратегії розвитку підприємства полягає у тому, щоб створити необхідні умови для ефективної, конкурентоспроможної, сталої роботи підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учеб. для вузов. М.: ИНФРА-М, 2001. 804 с.

2. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 2001. 718 с.

3. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. М.: Интерэксперт, Экономика, 1995. 344 с.

4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. К.: Лібра, 2002. 712 с.

5. Григор А.В. Исследование инструментальных стратегий маркетинга. Актуальные проблемы экономики. 2005. № 2(44). С. 47–52.

6. Голубков Е.П. Управление сбытовой деятельностью фирмы. Маркетинг в России и за рубежом. 2012. № 4. С. 38–43.

7. Дайновський Ю.А., Гліненко Л.К. Типові напрями організаційно-економічних, управлінських і маркетингових трансформацій під час проектування інноваційних змін. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 2. С. 13–21.

8. Майданевич П.Н. Особенности применения маркетинга в предприятиях сельского хозяйства. Бизнес-навигатор. 2013. № 1(30). С. 43–46.

9. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. СПб: Питер, 2000. 276 с.

10. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: курс лекций. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2001. 288 с.

11. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: підручник. Львів: Магнолія плюс, 2006. 385 с.

12. Ніколаєва А.М. Формування стратегії досягнення конкурентних переваг підприємств м'ясної промисловості: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Тернопіль, 2008. 24 с.

13. Осипова Е.И. Маркетинг: учеб. пособ. М.: Проспект, 2016. С. 99.

14. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. К.: Основи, 1997. 391 с.

15. Смеричевская С.В. Стратегический маркетинг: учеб. пособ. Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 204 с.

16. Уткин Э.А. Справочник по маркетингу. М.: ЭКМОС, 1998. 462 с.

ЗАХОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

ACTIONS OF MODERNIZATION PROCESSES TO IMPLEMENT THE GOVERNMENT INVESTMENT POLICY

У статті запропоновано комплекс конкретних заходів, необхідних для активізації процесів модернізації під час реалізації інвестиційної політики. Встановлено, що інвестиційна політика задає цілі структурної трансформації та пропонує відповідні інвестиційні рішення для середньострокової перспективи, сприяючи подоланню кризи виробництва і виходу на закордонні ринки з конкурентоспроможною продукцією. Проведено наукове дослідження інструментів і механізмів інвестиційної політики, спрямованих на модернізацію національної економіки. Визначено, що наявні регіональні і галузеві диспропорції в перерозподілі інвестиційних ресурсів відображаються в більш високій інвестиційній активності в сировинних галузях економіки і галузях природних монополій і явно недостатньому інвестуванні в розвиток високотехнологічних наукоємних галузей.

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

В статье предложен комплекс конкретных мер, необходимых для активизации процессов модернизации при реализации инвестиционной политики. Установлено, что инвестиционная политика задает цели структурной трансформации и предлагает соответствующие инвестиционные решения для среднесрочной перспективы, способствуя преодолению кризиса производства и выходу на зарубежные рынки с конкурентоспособной продукцией. Проведено научное исследование инструментов

и механизмов инвестиционной политики, направленных на модернизацию национальной экономики. Определено, что существующие региональные и отраслевые диспропорции в перераспределении инвестиционных ресурсов отражаются в более высокой инвестиционной активности в сырьевых отраслях экономики и сферах естественных монополий и явно недостаточном инвестировании в развитие высокотехнологичных наукоёмких отраслей.

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

The article proposes a set of concrete measures, which are necessary for activation of modernization processes in the implementation of investment policy. It has been established that investment policy sets the goal of structural transformation and offers appropriate investment solutions for the medium term, contributing to overcoming the crisis of production and entry into foreign markets with competitive products. The scientific research of instruments and mechanisms of investment policy aimed at modernizing the national economy has been carried out. Also, in this article it is determined that existing regional and sectoral imbalances in the redistribution of investment resources are reflected in higher investment activity in the raw materials industries and branches of natural monopolies and clearly insufficient investment in the development of high-tech science-intensive industries.

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

УДК 334.7.01

Сержанов В.В.

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

Постановка проблеми. Для модернізації національної економіки та стимулювання інвестиційних потоків необхідні цільові методи державного регулювання. Виникає необхідність у розробленні стратегії розвитку національної інноваційної системи, яка б застосовувала активний маркетинг досягнень серед вітчизняних і зарубіжних інвесторів. Це дасть змогу підвищити інвестиційну привабливість інноваційних розробок.

Основним завданням держави у цій сфері є створення цілісної системи забезпечення розвитку наукоємного виробництва. Йдеться про підтримку окремих виробництв і технологій, що визначають можливість технологічних проривів, значущих для світової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні дослідження даної проблеми стали предметом досліджень вітчизняних та зарубіжних учених. Серед найвагоміших вітчизняних досліджень варто відзначити внесок В.М. Геєця, С.А. Єрохіна, М.М. Єрмошенка, В.К. Черняка, Г.К. Ялового, В.Я. Шевчука, І.Ю. Штулер та ін.

Проте в сучасних умовах відчувається потреба в додаткових дослідженнях, спрямованих на вивчення макроекономічних умов формування державної інвестиційної політики. Цим питанням у попередніх наукових дослідженнях приділялося недостатньо уваги.

Постановка завдання. Метою статті є визначення заходів активізації процесів модернізації під час реалізації державної інвестиційної політики

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи із цільової функції інвестиційної політики як інструменту забезпечення структурної модернізації економіки, пріоритет повинен бути відданий її інноваційному складнику. Він задає цілі структурної трансформації та пропонує відповідні інвестиційні рішення для середньострокової перспективи, сприяючи подоланню кризи виробництва і виходу на закордонні ринки з конкурентоспроможною продукцією. А в довгостроковій перспективі інвестиційна політика повинна допомогти національній економіці відновити своє становище серед розвинених країн.

В умовах трансформаційних процесів та загострення структурних диспропорцій дія ринкових механізмів стає недостатньою, щоб забезпечити рівноважний розвиток економіки. З одного боку, існує стримування розвитку надлишкового виробництва і знецінення основного капіталу, а з іншого – нарощування інвестиційної активності. У цій ситуації роль державного впливу на економіку зростає. В умовах необхідності модернізації економіки це означає, що інвестиційна політика держави повинна мати активний характер і використовувати всі можливі адміністративні методи. У міру формування і розвитку інституціонального середовища акценти в інвестиційній політиці повинні зміщуватися в бік більш пасивного характеру державного регулювання і застосування економічних методів впливу.

Для активізації процесів модернізації під час реалізації інвестиційної політики необхідне здійснення комплексу конкретних заходів:

1. *Введення гнучкої податкової політики, у тому числі пільгового оподаткування на реінвестований прибуток в інноваційні проекти.*

Найважливішим механізмом інноваційного розвитку економіки є стимулююча роль оподаткування, завданням якої є створення сприятливого економічного клімату на основі зниження податкового тиску для прискорення оборотності грошових ресурсів, оновлення основних фондів, зростання витрат на науково-дослідні та конструкторські розробки, впровадження у виробництво інноваційних розробок.

2. *Розроблення елементів грошово-кредитної політики, що стимулює інвестування на довгострокову перспективу.*

Зростання економіки можна досягти шляхом обмеження грошово-кредитної емісії. Під час визначення ступеня небезпеки інфляційних наслідків слід ураховувати, що інфляція ініціюється не тільки емісійними, а й іншими факторами, тому боротьба з нею не зводиться тільки до обмеження емісії, вона передбачає й інші напрями, передусім забезпечення сталого функціонування виробництва. Зростання рівня монетаризації реального сектора економіки виступає найважливішою передумовою поживлення виробництва, яке, своєю чергою, є ключовим антиінфляційним чинником.

3. *Якісна зміна механізму державного регулювання системи фінансування сфери НДДКР.*

Принципи, на яких повинна будуватися інвестиційна політика щодо створення сприятливих умов для стимулювання сфери НДДКР, є такими:

а) фінансова підтримка пріоритетних галузей промисловості за допомогою субсидій і кредитів, що видаються державними фінансовими установами;

б) преференційний розподіл іноземної валюти на користь пріоритетних галузей, щоб вони могли імпортувати необхідні обладнання та техніку;

в) стимулювання імпорту новітніх іноземних технологій і субсидування державою придбання патентів і ліцензій тощо;

г) технічна кооперація вітчизняних фірм з іноземними компаніями шляхом надання податкових і митних пільг спільним підприємствам, які застосовують передові технології, а також поширення правил прискореної модернізації основних фондів;

д) захист пріоритетних галузей за допомогою встановлення високих імпортних мит і нетарифних бар'єрів;

е) спеціальна система прискореної амортизації для імпортного устаткування, що зменшує оподаткування і робить можливим збільшення їх капіталовкладень у нові промислові підприємства і проекти;

є) система адміністративного державного управління конкуренцією, суть якої полягає у праві держави регулювати рівень ризику, пов'язаного з конкуренцією, шляхом організації злиттів, регулювання обсягів виробництва і капіталовкладень.

4. *Використання можливостей біржового механізму освоєння наукомісткої продукції, заснованого на високоефективних технологіях, із залученням крупних інвесторів для прискореної реалізації інноваційних проектів.*

Найважливішою вимогою забезпечення і підтримки конкурентоспроможності виробництва в масштабах країни, а також на світовому ринку стає безперервне генерування інновацій у формі нових продуктів і нових технологій. Успіхи у цьому напрямі міжнародної конкуренції залежать від активного залучення регіональних промислових центрів у процес створення і просування інновацій. У зв'язку із цим постає питання про необхідність створення системи державної підтримки венчурного бізнесу.

5. *Формування фінансової підтримки державою та неурядовими фондами інноваційного процесу.*

Для цього пропонується організувати рефінансування виробництва національним банком за рахунок кредитування комерційних банків під заставу векселів платоспроможних підприємств; перейти до управління грошовою пропозицією шляхом регулювання процентних ставок з їх зниженням до рівня рентабельності обробної промисловості.

Принципове значення має питання співвідношення макроекономічних, структурних та інституційних перетворень у процесі модернізації економіки.

Макроекономічна політика, структурні реформи та розвиток інститутів не є взаємозамінними. Національній економіці для успішного розвитку потрібне поєднання всіх цих компонентів. При цьому формування інститутів повинно йти попе-

реду інших складників політики: будь-які заходи можуть бути результативними, тільки якщо економічне середовище підготовлене для адекватної реакції на них. Непідготовлені або несвоєчасні заходи не тільки не працюють, а й можуть мати навіть негативний ефект.

Розробляючи заходи, пов'язані з модернізацією економіки, необхідно виділити основні періоди, щоб використовувати відповідні підходи.

По-перше, в короткостроковому плані можливе порівняно швидке зростання економіки за рахунок розширення агрегованого попиту.

По-друге, модернізація повинна здійснюватися за рахунок збільшення пропозиції в результаті нарощення основного капіталу і суттєвого підвищення ефективності виробництва.

Важливу роль у формуванні сприятливого інвестиційного клімату відіграє економічна і політична стабільність. Це підтверджується спеціальними дослідженнями, що відображають сильний і стійкий негативний зв'язок інвестицій практично з усіма джерелами невизначеності. Інший аспект тієї ж проблеми становить вплив на інвестиції довіри підприємців до влади. Він включає передбачуваність дій влади, впевненість підприємців в особистій безпеці і захищеності власності, рівень корупції та інші аналогічні фактори.

Дослідження інструментів і механізмів інвестиційної політики, спрямованих на модернізацію національної економіки, дало змогу дійти таких висновків.

Процес модернізації економіки включає: інституціональну, структурну, технологічну і соціально-економічну модернізацію. Для національної економіки важливі всі ці компоненти модернізації, але найактуальнішим завданням є структурна модернізація. Під структурною модернізацією розуміється переорієнтація з екстенсивної сировинної експорторієнтованої моделі економічного розвитку на модель економічного розвитку, що опирається на виробництво продукції з високим рівнем доданої вартості.

Також актуальним завданням для національної економіки є ліквідація регіональних диспропорцій розвитку.

3. Характер проведеної інвестиційної політики не може бути єдиним протягом усього періоду модернізації економіки, а повинен відповідати тактичним завданням інноваційних перетворень і мати тенденцію до зниження у міру їх вирішення, ролі адміністративних і підвищення економічних інструментів.

4. Коли для модернізації неможливе використовувати приватні інвестиції і політичну волю, на перший план виступають такі інструменти інвестиційної політики, що мають неоднозначний вплив на макроекономічні показники. Для національної економіки величезну роль у цьому відношенні віді-

грає такий інструмент, як управління курсом національної валюти.

5. Зміцнення державних інститутів, важливих для активізації інвестиційного процесу. Ця умова включає зміцнення захисту прав акціонерів, поліпшення роботи судової системи, боротьбу з корупцією тощо.

6. Створення стимулів для високоефективних інвестицій (включаючи податкові заходи, заходи амортизаційної політики). Під час розроблення системи заходів стимулювання науково-технічних розробок і розвитку системи венчурного фінансування необхідно враховувати, що інвестиції та інноваційна діяльність мають значний екстернальний ефект (їх результатами може користуватися все суспільство). У таких випадках чисто ринкові сили можуть не забезпечувати досягнення соціального оптимуму, тому можуть бути виправдані різні форми державної підтримки.

7. Під час здійснення інвестиційної політики, спрямованої на модернізацію, зростає роль індикативного планування. Держава, реалізуючи індикативне планування в розрахунках індикаторів, повинна враховувати вплив економічних криз та коригувати плани соціально-економічного розвитку.

Таким чином, потенційно національна економіка має хороші передумови для початку здійснення модернізації. Відносно низький стартовий рівень ВВП за високої якості людського капіталу робить національну економіку найбільш перспективною. Однак для того, щоб використовувати ці передумови, необхідне проведення всього комплексу назрілих заходів щодо поліпшення економічного та політичного середовища.

У цілому відзначимо, що за відповідної політики в напрямі створення в країні сприятливого інвестиційного середовища існують колосальні резерви для збільшення обсягів надходжень інвестицій. У результаті темпи приросту іноземних інвестиційних ресурсів у країні могли б в кілька разів зрости порівняно з поточними, особливо це стосується прямих інвестицій.

Однак для цього недостатньо тільки високих темпів зростання економіки. Потрібні умови, які передусім гарантують збереження і надійність засобів, рівні та незмінні для інвесторів правила гри.

Висновки з проведеного дослідження. Іноземний досвід здійснення модернізаційних перетворень показує, що, по-перше, державне регулювання економіки в процесі модернізації спочатку полягає у формуванні стратегії соціально-економічного розвитку і моніторингу досягнення тактичних цілей, а потім зводиться до забезпечення функціонування інституційної структури економіки; по-друге, на ранніх етапах модернізація здійснюється за рахунок формування і стимулювання внутрішнього платоспроможного попиту і в кінцевому підсумку заміщення імпорту, однак

власних інвестиційних ресурсів недостатньо для завершення системної модернізації економіки, тому активно розвиваються високотехнологічні наукомісткі галузі, здатні здійснити експансію на зовнішні ринки; по-третє, в процесі модернізації економіки ключову роль відіграє національна інвестиційна політика, яка забезпечує ефективний перерозподіл і використання інвестицій.

Необхідно відзначити, що в рамках державної інвестиційної політики застосовується досить широкий інструментарій, представлений макро-економічними, мікроекономічними й інституційними інструментами. Серед останніх найбільш перспективними є використання інститутів розвитку, які, реалізуючи механізм державно-приватного партнерства, здатні забезпечити дотримання інтересів бізнесу і держави та сприяти перерозподілу інвестицій як у галузі економіки, які потребують модернізації, так і в галузях, які здатні стати локомотивами подальшого інноваційного розвитку.

Наявний стан національної економіки характеризується багатоукладністю в технологічному, соціальному й інституціональному відношенні, що значно ускладнює вирішення завдань модернізації. Так, товарна структура експорту, в якому переважає сировинний складник, та імпорту, велику частку якого становлять машини й устаткування, характеризує Україну як слабозвинену в технологічному і виробничому відношенні державу.

Наявні регіональні та галузеві диспропорції в перерозподілі інвестиційних ресурсів відображаються в більш високій інвестиційній активності в сировинних галузях економіки і галузях природних монополій та явно недостатньому інвестуванні в розвиток високотехнологічних наукомістких галузей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єрохін С.А. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 13. URL: <http://global-national.in.ua/issue-13-2016>
2. Стан інвестиційної діяльності в Україні. URL: <http://www.me.gov.ua>.
3. Романенко А. Активізація державного інвестування в сучасних умовах. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 6. С. 29–39.
4. Штулер І.Ю. Теоретичні підходи до процесу залучення прямих іноземних інвестицій. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 5(131). С. 102–108.
5. Штулер І.Ю., Сержанов В.В. Вплив інвестиційної політики на гомеостазис національної економічної системи крізь призму інновацій. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. № 2. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/2-2016-ukr>.
6. Яркова Н.І., Яковенко О.П. Роль органів державної влади в інвестиційному процесі. Економіка будівництва і міського господарства. 2012. Т. 8. № 2. С. 89–100.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF NON-FINANCIAL REPORTING AS AN INSTRUMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

У статті розглянуто сучасні проблеми розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та нефінансової звітності бізнесу. Піднімається питання необхідності участі держави в процесі регулювання нефінансової звітності підприємництва. На основі аналізу тенденцій суспільного відтворення, циклічних коливань економіки та міжнародного досвіду, обґрунтовано доцільність сприяння та шляхи розвитку нефінансової звітності бізнесу в Україні.

Ключові слова: нефінансова звітність, соціальна звітність, інтегрована звітність, корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, бізнесу.

В статье рассмотрены современные проблемы развития корпоративной социальной ответственности (КСО) и нефинансовой отчетности бизнеса. Поднимается вопрос о необходимости участия государства в процессе регулирования нефинансовой отчетности предпринимательства. На основе анализа тенденций общественного воспроизводства, циклических колебаний

економіки и международного опыта, обоснована целесообразность содействия и пути развития нефинансовой отчетности бизнеса в Украине.

Ключевые слова: нефинансовой отчетности, социальная отчетность, интегрированная отчетность, корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, бизнеса.

The article considers modern problems of corporate social responsibility (CSR) development and non-financial reporting of business. The issue of the need for state participation in the process of regulating non-financial reporting of entrepreneurship is considered. Based on the analysis of tendencies of social reproduction, cyclical fluctuations of the economy and international experience, the expediency of promoting and ways of developing non-financial reporting of business in Ukraine is substantiated.

Key words: non-financial reporting, social reporting, integrated reporting, corporate social responsibility, sustainable development, business.

УДК 338.242.2

Царик І.М.

к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Чернігівський національний технологічний університет

Постановка проблеми. Тема нефінансової (соціальної) звітності знаходиться в центрі суспільної уваги як в Україні, так і у світі. Активно обговорюються мета, принципи і стандарти такої звітності; необхідність її обов'язкового складання для великих компаній; задачі та міра суспільного контролю результатів ділової активності тощо. Це пояснюється зростаючим впливом підприємництва на суспільний розвиток та дефіцитом суспільної довіри. Нефінансова звітність набуває все більшого значення в контексті вирішення задач покращення репутації, зростання інформаційної відкритості, прозорості діяльності та соціальної відповідальності бізнесу.

Ця звітність, базуючись та постулатах концепції сталого розвитку, відображає три складові діяльності підприємств: економічну, екологічну та соціальну. Такі документи є засобом комунікації між бізнесом, державними органами та громадянським суспільством, і дають можливість налагодити між ними конструктивний діалог з метою збалансування інтересів усіх зацікавлених сторін. Тим самим створюються передумови вирішення задач ресурсо- і енергозбереження, підвищення екологічної безпеки виробництва та продукції, зростання продуктивності праці, розвитку територій, зайняття лідируючих позицій в умовах конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці теоретичних та прикладних аспектів

соціальної відповідальності бізнесу та соціальної звітності присвячено багато наукових праць вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: Д. Баюри, К. Безверхого, Ф. Бутинця, Д. С. Далівала, О. Даниленко, О. Грішньої, І. Жиглей, Р. Г. Еклса, А. Колота, Ф. Котлера, Р. Костирка, М. Р. Метьюса, С. Петренко та ін. Водночас можливості використання соціальної звітності в процесі забезпечення конкурентних переваг як окремих підприємств, так і національної економіки в цілому залишаються недостатньо обґрунтованими, що стримує розвиток дієвих заходів та інструментарію їх практичної реалізації.

Формулювання цілей статті. Метою статті є окреслення сучасних проблем становлення нефінансової звітності в Україні та визначення можливих шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підписання ряду міжнародних договорів зобов'язують нашу державу здійснити розробку та впровадження стратегії сталого розвитку, однією із головних складових якої є корпоративна соціальна відповідальність. Остання за своєю сутністю є внеском підприємницького сектору у довгостроковий сталий розвиток суспільства. Іншими факторами, що обумовлюють необхідність підвищення рівня КСВ виступають: економічна і політична нестабільність, загострення конкуренції, необхідність покращення інвестиційного клімату,

умов праці та соціально-економічних умов життя населення України.

Одним із дієвих інструментів управління та розвитку соціальної відповідальності підприємництва, що застосовується у міжнародній практиці, є його нефінансова звітність. В економічно розвинутих країнах вона використовується вже десятки років, і тільки останнім часом набуває поширення в українському бізнес-середовищі.

Сьогодні, коли підприємницькі структури України намагаються наблизити свою діяльність до стандартів Європейського Союзу постає необхідність активного розвитку програм соціальної відповідальності і складання не тільки бухгалтерської, податкової, статистичної, а й нефінансової звітності.

Український дослідник К.В. Безверхий, який здійснив ґрунтовний аналіз економічної сутності поняття «нефінансова звітність», визначив його «як складову інтегрованої звітності підприємства, яка використовується бізнесом як інструмент відповідальності перед суспільством, а також забезпечує інформаційні потреби зацікавлених користувачів такої звітності щодо економічних, соціальних та екологічних показників, які додатково розкривають та пояснюють діяльність господарюючого суб'єкта, не тільки в якісних, але й в кількісних показниках» [1, с. 31].

Слід погодитись з М.П. Буковинською, яка стверджує, що соціальний звіт повинен віддзеркалювати економічну, соціальну й екологічну політику корпорації і виконувати функцію інструмента управління діяльністю з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) [3, с. 111].

Для практичного втілення ідей КСВ та нефінансової звітності в Україні необхідно активізувати вплив на них з боку держави та насамперед визначити його мету. У кожній країні вона своя. Так, наприклад, в Норвегії соціальна відповідальність і звітність використовується як інструмент покращення екологічної ситуації, розвитку торгівлі, зниження корупції, підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні; в Італії – для впровадження інновацій, вирішення соціальних та трудових питань, нарощення конкурентоспроможності, зайнятості та екологічності [7]; в США – для регулювання експорту та імпорту, охорони здоров'я, розвитку науки, управління людськими ресурсами тощо.

На нашу думку, в контексті розвитку національної економіки України слід застосовувати нефінансову звітність з метою зростання конкурентоспроможності і експорту, покращення міжнародного іміджу країни та її підприємств, залучення інвестицій, зниження соціальної напруги у суспільстві, вдосконалення відносин власності, стану трудової сфери та навколишнього середовища, інноваційного і регіонального розвитку, закріплення благодійницької культури тощо.

Корпоративна соціальна відповідальність набуває особливого значення під час економічної нестабільності. У її подоланні разом із державними органами повинні приймати участь і бізнесові структури. Адекватна державна політика, заснована на співпраці та розумному контролі за бізнесом, є запорукою швидкого подолання кризових явищ економічного та соціального характеру, а у багатьох випадках їх недопущення. В країнах ЄС солідарність і соціальна відповідальність державного та підприємницького секторів стали основою європейської стратегії зростання та зайнятості, а також нової стратегії ЄС «Європа-2020», яка спрямована на створення і збереження робочих місць, економного використання ресурсів, досягнення соціальної і територіальної згоди, довгострокового зростання економіки [10, с. 298].

Регулювання КСВ під час економічних негараздів є елементом державної антикризової політики та розповсюджується на сферу трудових відносин, екологію, якість, ціноутворення тощо. Під час спаду економіки у цих підсистемах підприємницької діяльності відкривається широке поле для спекуляцій бізнесменів, які мають бути подолані за допомогою відповідного набору інструментів державного регулювання економічного, правового, інформаційного та організаційного характеру.

Державний вплив на соціальну складову підприємництва в кризовий час має посилюватись: разом із фіскальним стимулюванням корпоративної соціальної відповідальності виникає необхідність у застосуванні більшої кількості економічних обмежень для підприємництва. Так, під час останньої економічної кризи загальносвітовою тенденцією стало посилення державного контролю за комерційними установами різної форми власності, особливо соціальної сторони їхньої діяльності. Уряди багатьох країн вживали жорстких регулюючих заходів на внутрішніх ринках для подолання складних негативних соціально-економічних наслідків діяльності бізнес-структур різного масштабу. Одним із таких механізмів стало запровадження та контроль нефінансових (соціальних) звітів підприємств, що здійснюють свою діяльність на території відповідної держави.

Так, згідно § 6 Директиви 2014/95/ЄС від 22 жовтня 2014 р. великі компанії, що здійснюють свою діяльність на території Європейського союзу, мають складати нефінансовий звіт, що відображає інформацію про наступні аспекти їх функціонування: зайнятість та соціальні питання, охорона навколишнього середовища, дотримання прав людини, боротьба з корупцією і хабарництвом тощо. Такий звіт повинен бути інтегрованим у звіт про управління підприємством і містити характеристику політики, результатів і ризиків, пов'язаних із цими питаннями. При цьому до великих підприємств відносяться підприємства «що являють

інтерес для суспільства, в яких на дату складання балансу значення такого критерію, як середня кількість працюючих протягом фінансового року, досягає 500 осіб» [11].

Крім того, вимоги щодо нефінансової звітності великих підприємств деталізуються у п. 19а.1 ст. 19а Директиви 2013/34/ЄС. Згідно з цим документом такі звіти мають містити наступну інформацію:

«а) короткий опис поточної бізнес-моделі підприємства;

б) опис політики, яку здійснює суб'єкт економічної діяльності щодо вищевказаних аспектів, включаючи впровадження процесу дью-ділідженс;

в) результати політики щодо вищевказаних аспектів, які були при цьому досягнуті;

г) істотні ризики, пов'язані із зазначеними питаннями, які виникають у зв'язку з діяльністю компанії і можуть залежати від суб'єкта економічної діяльності, включаючи комерційні відносини з іншими контрагентами, продукцію та послуги, які з високою ймовірністю можуть викликати значні несприятливі наслідки у вищевказаних сферах, а також інформацію про те, які кроки зроблені компанією для управління цими ризиками;

д) ключові індикатори нефінансового характеру, які стосуються відповідного бізнесу» [12].

У Франції, Великобританії, Швеції, Данії, Норвегії, Голандії звіти підприємств із КСВ підлягають обов'язковій публікації та державному контролю [9]. До речі, компанії цих країн очолюють загальносвітові рейтинги найбільш соціально відповідальних бізнес-установ та не страждають від великих корпоративних скандалів, різкого падіння курсів акцій і, нарешті, від банкрутств, що охопили США та деякі інші країни Європи. Це є наочним прикладом взаємозв'язку і взаємообумовленості соціальних та економічних результатів діяльності сучасних бізнес-структур. Відповідним чином, фінансово-економічне благополуччя компаній відбивається на рівні життя мешканців країни та наповненні державних бюджетів. Отже, у світові лідери сьогодні виходять країни, що мають соціальну звітність своїх компаній, декларують їх публічно та піддають аудиторським перевіркам.

Систематизувавши думки вітчизняних науковців щодо проблем розвитку нефінансової звітності в Україні можемо виділити наступні з них [8, с. 306; 2, с. 109; 5, с. 13]:

- нерозробленість методичного і методологічного інструментарію нефінансової звітності;
- різноманітність видів звітів за відсутності розуміння призначення кожного з них, використання відповідних міжнародних стандартів у цій галузі, зокрема українськими підприємствами публікуються: звіт про сталий розвиток (GRI3), звіт про сталий розвиток (AA1000, Глобальний Договір ООН), звіт з прогресу, звіт про соціальну

відповідальність, соціальний звіт, звіт про корпоративну відповідальність, нефінансовий звіт, звіт про результати, екологічний звіт;

- неспроможність адаптувати соціальну звітність для потреб зовнішнього та внутрішнього ринку;

- нефінансова звітність вітчизняних компаній має різне наповнення, формат і структуру представлення результатів соціально відповідального ведення бізнесу;

- відсутність єдиного нормативно-правового акту, що регулює ведення соціального обліку та формування відповідних показників фінансової звітності в Україні, що містять дані про соціальну активність суб'єкта господарювання;

- відсутність системи державного регулювання та єдиної концепції формування соціальної звітності;

- періодичність публікації соціальних звітів визначається компаніями самостійно;

- високі витрати на впровадження і публікацію нефінансової звітності (трансакційні, включаючи організаційні витрати; витрати на навчання персоналу; витрати на публікування у ЗМІ, підвищення популярності власних інтернет-ресурсів));

- здебільшого в соціальних звітах подається зайва інформація, яка не відповідає інтересам і потребам стейкхолдерів;

- нерозуміння вищим керівництвом підприємств основної мети та переваг такої звітності;

- великі затрати часу для впровадження нефінансової звітності у систему управління;

- незацікавленість вітчизняних користувачів звітності.

До цього переліку слід додати небажання керівництва підприємств розкривати інформацію щодо фінансових потоків, пов'язаних із питаннями корпоративної соціальної відповідальності.

Однак враховуючи сучасні тенденції суспільного відтворення, циклічні коливання економіки та міжнародний досвід, доцільним для нашої країни є сприяння розвитку соціальної звітності підприємства. Крім того, перспективним являється закріплення на законодавчому рівні обов'язкових звітів з КСВ для державних підприємств України, що стане інструментом контролю та регулювання їх діяльності, підвищить конкурентоздатність вітчизняних компаній на внутрішніх та зовнішніх ринках, сприяє їх фінансовій стабільності. Продемонструвавши такий приклад, влада стимулює розвиток соціальної звітності і у приватному секторі вітчизняного бізнесу.

У той же час слід враховувати, що ні один міжнародний чи іноземний стандарт соціальної звітності не враховує особливостей економіки України (галузевих пропорцій, рівня технологічного та технічного забезпечення тощо), а також суспільних і екологічних процесів. Отже, необхідним є

розробка стандартизованого нефінансового звіту, адаптованого до вітчизняних умов.

Не розвиненим і перспективним в нашій державі є ринок аудиту та консалтингу у сфері КСВ та її звітності. Відсутні відповідні спеціалісти і досвід роботи у цій сфері.

Перспективним напрямком впливу держави на розвиток нефінансової звітності в Україні є застосування інформаційних методів регулювання. Головними цілями інформаційно-просвітницької діяльності держави повинні бути:

- популяризація ідей соціальної звітності у підприємницьких колах;
- інформування бізнес-структур і суспільства про соціальні звіти закордонних компаній;
- підвищення інформованості бізнесу щодо діяльності владних структур у напрямку розвитку такої звітності, а саме про наявні стимули, заохочення та санкції.

Існує також необхідність представлення суспільству державними органами рейтингів найбільш соціально відповідальних компаній, що працюють на території України, складених на основі нефінансових звітів. Слід також розробити прозорі методики та критерії оцінки компаній для таких державних рейтингів і конкурсів.

Досягнення поставлених цілей може здійснюватися шляхом публікацій з відповідної тематики; проведення семінарів, спеціальних тренінгів для відповідальних працівників підприємницьких структур; створення бази нефінансових звітів; публікації у державних ЗМІ таких звітів підприємств; просвітницько-агітаційної роботи держави та інформаційно-методичної підтримки нефінансової звітності бізнесу.

Також можливі організація та проведення за показниками соціальної звітності публічних конкурсів на звання найкращих роботодавців, найбільш екологічних виробників, кращих благодійників, спонсорів тощо. Важливим є залучення до цих проектів засобів масової інформації з метою інформування широкої громадськості про результати таких конкурсів.

В міжнародній практиці до впровадження концепції СВБ в економіку активно залучаються освітньо-наукові установи. На нашу думку, галузь освіти та науки повинна стати одним із головних дієвих суб'єктів даного процесу в Україні. На сьогодні у багатьох вищих навчальних закладах вже впроваджено курс із соціальної відповідальності бізнесу для студентів економічних спеціальностей, який є своєрідним виховним механізмом майбутнього покоління українських бізнесменів та формування культури підприємництва. У рамках цього предмету слід запровадити обов'язкове вивчення нефінансової звітності.

Перспективною є наукова розробка, емпіричні дослідження та адаптація питань КСВ та соці-

альної звітності до українських умов. Аналізуючи кількість і тематику наукових публікацій із зазначених питань вітчизняних науковців, можна констатувати, що цей процес в 2000-х роках знаходиться на початковому етапі – відбувалося окреслення термінології, теоретичних підходів до соціальної відповідальності і звітності підприємництва. Після 2010 року наукові дослідження цієї тематики в Україні активізувалися, однак відкритими залишаються багато глибоких, складних питань наукового та практичного спрямування.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, розглядаючи нефінансову звітність як інструмент корпоративної соціальної відповідальності і одночасно як засіб підвищення прозорості в діяльності бізнесу, покращення діалогу з соціальними партнерами та суспільством, стає очевидною необхідність всебічного сприяння розвитку такої звітності в Україні. Державний вплив на створення національної концепції нефінансової звітності бізнесу на сьогодні здійснюється хаотично або взагалі відсутній. Отже, актуальним стає формування адекватної державної політики щодо цих питань. При цьому слід врахувати міжнародний досвід, здійснити інформаційно-просвітницьку роботу, активно залучати галузь освіти та науки до процесу, а також здійснювати інші заходи державного впливу.

В подальшому слід очікувати підвищення не тільки кількості нефінансових звітів вітчизняних підприємств, а й вимог до їх достовірності. Таким чином, перспективними для наукової розробки стають питання аудиту та консалтингу такої звітності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безверхий К. В. Економічна сутність поняття "нефінансова звітність" / К. В. Безверхий // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. – 2017. – № 1–2. – С. 23–34.
2. Бержанір А. Л. Соціальна звітність як елемент системи соціальної соціальної відповідальності компанії / А. Л. Бержанір // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Випуск 16. – С. 109–113
3. Буковинська М. П. Соціальна звітність і соціальний аудит: інструменти управління корпораціями / М. П. Буковинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4. – С. 110–114.
4. Гільорме Т. В., Шачаніна Ю. К. Корпоративна соціальна звітність як домінанта інформаційного забезпечення управління підприємством / Т. В. Гільорме, Ю. К. Шачаніна // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – 2016. – № 2. – С. 672–677
5. Дерун І. Корпоративна соціальна звітність як додаток до фінансової звітності / І. Дерун // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2015. – 10(175). – С. 10–17

6. Индекс прозорості сайтів українських компаній – 2016 / Центр Розвитку КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2017/05/Transparency-Index-ppt-final.pdf>.

7. Истомина Л. В. Роль государства в продвижении корпоративной социальной ответственности. Обзор международного опыта [Электронный ресурс] / Л. В. Истомина, Т. В. Елецких, О. Л. Елова. – Минск: Представительство ООН в Беларуси, 2009. – 44 с. – Режим доступа: http://un.by/ff/file/State_role.pdf.

8. Костирко Р.О. Интегрована звітність у забезпеченні корпоративної соціальної відповідальності компаній / Р. О. Костирко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – 2015. – № 1(45). Т. 2. – С. 305–310.

9. Николаева Д. Введение обязательной социальной отчетности [Электронный ресурс] / Д. Николаева // Корпоративная социальная ответственность. Электронный журнал. – Режим доступа к журн.: <http://www.csrjournal.com/news/1806-minjekonomiki-vchera-zajavilo-o-vozmozhnom-s-2009.html>.

10. Сорокина Е. М. Социальная отчетность организаций / Сорокина Е. М. // Бухгалтерський облік, економічний аналіз та контроль в умовах формування і розвитку сучасних концепцій управління: тези виступів XII Міжнар. наук.конф. – Житомир: ЖДТУ, 2013. – С. 297–299.

11. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups [Electronic resource]. URL: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2014:330:FULL&from=EN#L_2014330EN.01000101.doc.

12. Directive 2013/34/EU of the European parliament and the council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/34 9/EEC [Electronic resource]. URL: <http://www.oroc.pt/fotos/editor2/diretivacont.pdf>.

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ГРУПОВОЇ ДИНАМІКИ
ТА КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУFORMING THE EFFECTIVE GROUP DYNAMICS OF THOSE
OF THE MUNICIPALITY IN THE PERSONNEL MANAGEMENT

УДК 316.454:331.108

Богоявленська Ю.В.к. е. н., доцент,
завідувач кафедри управління
персоналом та економіки праці
Житомирський державний
технологічний університет**Суходольська А.С.**старший викладач кафедри управління
персоналом та економіки праці
Житомирський державний
технологічний університет**Ліханова В.О.**студент
Житомирський державний
технологічний університет

У статті розглянуто важливість ефективних комунікацій в колективі для успішного управління персоналом підприємства. Проаналізовано стадії формування малих груп та їх особливості у взаємозв'язку з розвитком персоналу. Розглянуто особливості соціометричних методів дослідження групової динаміки, а саме їх основні переваги та недоліки. Проведено аналіз процесу управління розвитком персоналу, а також доведено, що навчання та розвиток персоналу сприяють покращенню комунікативних процесів всередині організації. Однак напрями розвитку персоналу мають бути індивідуалізованими та не суперечити потребам і бажанням кожного працівника (для недопущення конфліктних ситуацій, підвищення загальної ефективності праці).

Ключові слова: *групова динаміка, комунікації, управління розвитком персоналу, конфлікти.*

В статье рассмотрены важность эффективных коммуникаций в коллективе для успешного управления персоналом предприятия. Проанализированы стадии формирования малых групп и их особенности во взаимосвязи с развитием персонала. Рассмотрены особенности социометрических методов исследования групповой динамики, а именно их основные преимущества и недостатки. Проведен анализ процесса управления развитием персонала, а также

доказано, что обучение и развитие персонала способствуют улучшению коммуникативных процессов внутри организации. Однако направления развития персонала должны быть индивидуализированными и не противоречить потребностям и желаниям каждого работника (для недопущения конфликтных ситуаций, повышения общей эффективности труда).

Ключевые слова: *групповая динамика, коммуникации, управление развитием персонала, конфликты.*

The article considers the importance of effective team communication for a successful management enterprise personnel. The stages of formation of small groups and their features in connection with the development of personnel are analyzed. The peculiarity of sociometric methods of research of group dynamics and their main advantages and disadvantages are considered. The analysis of the development of management process has been carried out and it has been proved that training and development of personnel contributes to communicative processes within the organization. However, the directions of personnel development should be individualized and should not contradict the needs and desires of each employee (to prevent conflict situations, reduce overall labour efficiency).

Key words: *group dynamics, communication, management of personnel development, conflicts.*

Постановка проблеми. Вагоме місце в управлінні розвитком персоналу посідає процес забезпечення ефективних комунікацій всередині колективу для досягнення оптимальної групової динаміки. Останніми роками актуалізувалось вивчення економічних та психологічних аспектів побудови ефективної команди для реалізації підприємством поставлених цілей. Управління командною роботою – це надзвичайно складний процес, який потребує комплексного розгляду і вивчення, адже без нього неможливі розвиток персоналу та досягнення задоволеності працею кожним працівником. Особливе місце в управлінні командною роботою посідає вирішення конфліктів у колективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками дослідженням процесів групової динаміки займалися Л.Е. Орбан-Лембрик, М.С. Пасека [1]. Вченими були зроблені спроби зрозуміти сутність міжгрупових взаємодій та їх впливів на загальний результат функціонування підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сутності групової динаміки та комунікацій через призму розвитку персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожен колектив підприємства є соціальною групою людей. Однак не всі колективи є командою, тобто певним чином еталонною групою, яка досягає високого рівня розвитку та організації, функціонує як єдине ціле, в котрій задовольняються як групові, так і особистісні інтереси працівників. Коли йдеться про команду, доцільно зазначити про ефект синергії, появи додаткових якісно нових ефектів, які отримує підприємство лише в результаті спільної роботи всіх учасників.

Найчастіше ефективність роботи команди оцінюють за такими показниками:

1) ступінь ефективності кожного учасника командної роботи у виконанні своїх обов'язків та поставлених завдань; така ефективність пов'язана також зі властивістю особистості пристосовуватись до можливих змін, працювати над

саморозвитком, бути максимально зацікавленою у співпраці в команді;

2) ступінь ефективності командної роботи як діяльності всіх індивідів; йдеться про синергетичний ефект від співпраці учасників команди, про те, що можливості отримати результат від сумісної роботи набагато вищі, ніж за умови індивідуальної роботи;

3) ступінь ефективності взаємодії команди із зовнішнім середовищем; цей результативний показник досить важливий, адже показує здатність команди ефективно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та підтримувати з ним продуктивні зв'язки.

Тривалий період часу термін «групова динаміка» використовували лише для позначення наукової школи, яка розглядала групу як певне ціле. Сьогодні більшість науковців схиляється до думки про те, що групова динаміка – сукупність різнорідних процесів, які відбуваються всередині групи людей та зумовлюють перехід групи на наступну стадію її розвитку. Як ми бачимо, особливо важливо досліджувати етапи розвитку групи, її групову динаміку для створення саме команди на підприємстві.

Персонал підприємства як соціальна група проходить певні етапи розвитку до перетворення на якісно функціонуючу команду. Брюс Такмен виокремив п'ять основних стадій [2].

1) Формування колективу. Цей етап розвитку соціальна група може проходити безпосередньо після створення підприємства, істотних змін у структурі персоналу, появи нових ключових працівників. Тобто перший етап щодо створення команди є адаптаційним. Працівники пристосовуються один до одного, ознайомлюються з діяльністю підприємства, його місією, формують власне бачення майбутнього на підприємстві.

2) Етап «бурління». На цьому етапі визначається статус кожного учасника соціальної групи, відбувається боротьба інтересів, можлива поява конкуренції формального і неформального лідера, конфліктів між підгрупами. Цей етап є найнебезпечнішим, чинить загрозу формуванню команди. Саме тому управлінський персонал має максимально скоротити час перебігу цього етапу та спрямувати його в конструктивний бік.

3) Упорядкування. Стадія передбачає успішний вихід соціальної групи (персоналу) з конфліктних ситуацій, працівники визнають лідера та свої ролі в колективі, починають отримувати задоволення від роботи, починає зростати загальний рівень продуктивності праці.

4) Стадія стабілізації та зростання продуктивності. На цьому етапі команда є сформованою, особисті цілі кожного співробітника відповідають загальній меті функціонування підприємства. Команда працює ефективно та злагоджено.

5) Розпуск. Етап, на якому відбувається завершення поставлених завдань з подальшим завершенням функціонування команди, її трансформацією та поверненням на попередні стадії.

На кожному етапі формування команди важливими є внутрішні комунікативні зв'язки між її учасниками. Основними ознаками команди є такі: ролі формального і неформального лідера поєднує одна особа, наявна колективна відповідальність, спільна мета діяльності колективу, взаємовизнання працівниками один одного, загальна мета, взаємодоповнюючі ролі працівників.

Науковцями протягом багатьох років було зроблено низку спроб розробити концепції командних ролей у колективах [3]. Команда має формуватися так, щоб її учасники були максимально задоволені працею, найбільш ефективно виконували поставлені завдання, а їх індивідуальна мета співпадала із загальною стратегією розвитку підприємства. Вчені пропонують розмежовувати функціональні та групові ролі, цільові та підтримуючі. Учасники команди, котрі виконують цільові ролі, вирішують проблеми, які виникають у команди, є ініціативними та відповідальними, а члени колективу, що повинні виконувати підтримуючі ролі, сприяють злагодженій роботі та активізації творчої енергії всіх членів команди. Наприклад, Р. Белбін виокремлює такі ролі: «реалізатор», «контролер», «ведучий», «мотиватор», «аналітик», «генератор ідей», «розвідувач». І. Адізес пропонує поділяти ролі на 4 основні групи: «виробник», «адміністратор», «підприємець», «інтегратор». Тобто всі ці спроби доводять, що для ефективного функціонування колективу, особливо команди, важливими є оптимальне поєднання людей у малій групі та виконання кожним з них найефективніше саме своєї, певної ролі.

Останніми роками стало досить популярно застосовувати соціометричні методи дослідження для визначення психологічних настроїв та відносин у групах. Соціометричні методики (вперше були розроблені Дж. Морено) передбачають опитування кожного учасника колективу для визначення того, чи може він виконувати певну роботу в команді. Менеджери або запрошені для емоційно-психологічної діагностики експерти проводять опитування, респонденти проходять соціометричні тести. Однак такий досвід іноземних високорозвинених країн варто адаптувати під українські реалії на підприємствах, адже існує ризик спотворення результатів відповідей респондентами через страх покарань з боку керівництва. Працівники можуть відповідати нещиро, використовувати засоби психологічного захисту. Тому для використання соціометричних методик необхідно дотримуватись принципів конфіденційності, взаємоповаги та взаєморозуміння. Значними перевагами використання соціометрії на підприємствах є

швидкість та можливість проаналізувати функціонування групи за різними напрямками.

Невід'ємною складовою ефективною груповою динамікою є цілеспрямований процес розвитку персоналу, що полягає у цілеспрямованому і систематичному впливі на працівників шляхом здійснення професійного навчання впродовж їх трудової діяльності в організації з метою досягнення високої ефективності виробництва чи наданих послуг, підвищення конкурентоспроможності персоналу на ринку праці, забезпечення виконання працівниками нових більш складних завдань на основі максимально можливого використання їх здібностей та потенційних можливостей [4].

Науковці найчастіше виокремлюють такі складові в процесі розвитку персоналу, як перепідготовка та підвищення кваліфікації працівників, планування кар'єрного просування, формування та якісна підготовка кадрового резерву. Управління розвитком персоналу має на меті ефективно використання трудового потенціалу особистості, сприяння її всебічному розвитку, досягненню поставлених кар'єрних цілей. Досить часто вирішальним фактором прийняття рішення про вибір місця роботи і є можливість подальшого професійного розвитку. Внаслідок надання кожному працівнику можливостей для самореалізації, професійного зростання покращуються загалом морально-психологічний клімат всередині команди, умотивованість працівників до праці, знижується ризик повернення команди на стадію бурління, забезпечується ефективна та високопродуктивна робота кожного працівника, персоналу загалом.

Розвиток персоналу забезпечує підвищення освітньо-кваліфікаційного, інтелектуального рівня кожного учасника команди, розширює його ерудитю та коло комунікацій, адже чим вище інтелектуальний рівень людини та ширше коло інтересів, тим краще відбувається комунікативний процес. Особливо це стосується новітніх технологій та електронних комунікацій. Наприклад, навчання працівників додатковим можливостям спілкування за допомогою мережі Інтернет, розширення доступу до міжнародних проектів сприятимуть їх комунікативній взаємодії та зростанню рівня продуктивності праці, загальній віддачі від роботи.

Ефективне навчання та подальший розвиток персоналу сприяють зменшенню комунікаційних бар'єрів в процесі спілкування між учасниками команди. Такі бар'єри мають заважати проведенню ефективних контактів і взаємодії між учасниками

комунікацій, перешкоджають нормальному прийманню, розумінню інформації в комунікативному процесі. Сьогодні науковці розглядають такі можливі перешкоди в комунікаційному процесі, як міжмовні, семантичні, технічні, соціальні та психологічні [5]. Так, запровадження додаткового вивчення іноземних мов, періодичні закордонні стажування працівників не лише сприятимуть підвищенню їх продуктивності праці, але й покращать комунікативний процес, особливо з іноземними партнерами. Залучення психологів, бізнес-консультантів на підприємства, проведення для персоналу різноманітних тренінгів сприятимуть не тільки підвищенню згуртованості колективу, але й покращенню комунікацій всередині команди.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, враховуючи вищенаведене, зазначимо, що розвиток персоналу відіграє важливу роль у покращенні міжособистісної взаємодії всередині колективу підприємств та організацій. Регулярне навчання працівників, підвищення рівня їх кваліфікації сприяють зростанню задоволеності працею, формує командний дух в колективі, колектив починає працювати з високою ефективністю, а у груповій динаміці максимально скорочена фаза «бурління». Однак варто враховувати, що описана ситуація може бути досягнута за умови проведення ефективного навчання працівників, коли їх особисті цілі стосовно навчання співпадають з думкою керівництва. Наприклад, за умови нав'язування керівником працівнику проходження курсів, відвідування семінарів може відбутися зворотній ефект у вигляді саботажу, а групова динаміка розвитку колективу знову ж таки буде представлена низькоефективною стадією «бурління».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: підручник: у 2 кн. Київ: Либідь, 2004. Кн. 1: Соціальна психологія особистості і спілкування. 576 с.
2. Пасєка М.С. Особливості групової динаміки в інженерії програмного забезпечення. Науковий вісник НЛТУ України. 2015. Вип. 25.3 С. 391–395.
3. Карпов А.В. Организационная психология: учебник для бакалавров. Москва: Издательство Юрайт, 2012. 570 с.
4. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2002. 351 с.
5. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. Санкт-Петербург: Издательство Михайлова, 2002. 449 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ

ANALYSIS OF IMPORTER OPERATIONS EFFICIENCY

У статті представлено теоретично-методичні підходи до процесу оцінювання ефективності імпортних операцій на підприємствах. Запропоновано співвідношення показників для оцінки ефективності імпортних операцій на підприємствах. Використання зазначених у статті показників для оцінки ефективності імпортних операцій дасть змогу здійснити формування об'єктивного інформаційного забезпечення для прийняття управлінських рішень під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Визначено мету та інструменти оцінки імпортної діяльності підприємств. На базі мети статті подано пропозиції щодо підвищення достовірності оцінки ефективності імпортних операцій на підприємствах.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, імпорт, ефективність імпорту, показники ефективності імпортних операцій, показники локальної ефективності, показники загальноекономічної ефективності.

В статье представлены теоретико-методические подходы к процессу оценивания эффективности импортных операций на предприятиях. Предложено соотношение показателей для оценки эффективности импортных операций на предприятиях. Использование указанных в статье показателей для оценки эффективности импортных операций позволит осуществить формирование объективного информационного

обеспечения для принятия управленческих решений при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Определены цель и инструменты оценки импортной деятельности предприятий. На базе цели статьи предоставлены предложения по повышению достоверности оценки эффективности импортных операций на предприятиях.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, импорт, эффективность импорта, показатели эффективности импортных операций, показатели локальной эффективности, показатели общеэкономической эффективности.

The article presents theoretical and methodical approaches to the process of assessing the efficiency of import operations at enterprises. The ratio of indicators for assessing the efficiency of import operations at enterprises is proposed. Using the indicators specified in the article to assess the effectiveness of import operations will allow the formation of objective information support for the adoption of management decisions in the implementation of foreign economic activity. The purpose and tools of evaluation of import activity of enterprises are determined. On the basis of the article the article proposes to increase the reliability of the assessment of the effectiveness of import operations at enterprises.

Key words: foreign economic activity, import efficiency, import efficiency indicators, local efficiency indicators, indicators of general economic efficiency.

УДК 338.58:65.014

Шереметинська О.В.

к. е. н.,
доцент кафедри менеджменту
та адміністрування

Національний університет
харчових технологій

Варфоломєєва Ю.Р.

магістр
Національний університет
харчових технологій

Постановка проблеми. Необхідною умовою прийняття рішення про запровадження зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на підприємстві є її ефективність, яка визначається шляхом зіставлення досягнутого економічного результату з витратами підприємства для його одержання. Встановлення рівня ефективності імпортних операцій дає змогу оцінити можливість їх реалізації підприємством на іноземних ринках. Під час реалізації імпортної діяльності показники її ефективності допомагають оцінити негативні тенденції, які є індикатором для прийняття окремих управлінських рішень щодо необхідності корегування поточної діяльності або відмови від неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми підвищення ефективності імпортних операцій на підприємствах завжди перебували в центрі уваги вчених. Зокрема, слід згадати таких дослідників, як А. Вічевич, А. Андрійчук, І. Багорова, О. Максимець, Ф. Зинов'єв, Ю. Макогон, Л. Кадурина, Ф. Бутинець.

Постановка завдання. Головною метою дослідження є встановлення інструментальної бази оцінки ефективності імпортних операцій на підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Імпортом вважається митний режим, відповідно до якого іноземні товари, за які сплачуються митні платежі згідно зі встановленими законами країни на імпорт цих товарів, а також за виконання всіх обов'язкових митних формальностей видаються до вільного обігу на території країни. Товари, які перебувають у митному режимі імпорту, здобувають статус українських товарів. Митна декларація, яка випустила товар у вільний обіг на митній території країни, підтверджує український статус товару. Ефективністю імпорту є вигідність імпорту, що вимірюється співвідношенням вартості імпортного товару, який реалізується на внутрішньому ринку за внутрішніх цін, до вартості товару за зовнішньоторговельними цінами [8].

Українське підприємство, яке закуповує товар у іноземних постачальників, несе втрати, такі як:

- вартість товару;
- транспортні витрати;
- організаційні витрати.

Вартістю товару виступає контрактна ціна імпортованого товару. Витратами на доставку товару від продавця до покупця вважаються транспортні витрати. Організаційними витратами

зазначаються витрати підприємства, які забезпечили укладання контракту, митні збори тощо.

Імпортні витрати дорівнюють сумі вартості товару, транспортних та організаційних витрат. Гривневим обсягом реалізації імпортованих товарів називають імпортний дохід [5, с. 792].

Імпорт товару вважається ефективним, якщо імпортний дохід перевищує імпортні витрати. Потрібно з'ясувати, чи є закупівля товарів у іноземних постачальників доречною, або ж вигіднішою є закупівля товару на внутрішньому ринку країни. Якщо імпортний прибуток перевищує внутрішній прибуток, то імпорт товарів можна вважати вигідним.

Імпортним прибутком називають різницю імпортного доходу та імпортних витрат. Внутрішній прибуток – різниця внутрішнього доходу і внутрішньої вартості товару. Коли ціни на імпортний та аналогічний товар на внутрішньому ринку країни є однаковими, тоді можна вважати, що імпортний дохід прирівнюється внутрішньому доходу, а внутрішня вартість виступає оптовою ціною на цей товар на внутрішньому ринку країни.

Під час імпорту товарів виробництва ситуація ускладнюється. Тоді враховується дохід, одержаний підприємством від використання імпортованого товару, і витрати, які пов'язані з використанням цього товару. В такому разі дохід від товару виробництва дорівнює гривневому виторгу від продажу товарів, зроблених з використанням ТВ (без витрат на реалізацію). Витратами на товар виробництва вважається сума вартості сировини та енергії, робочої сили та витрат на обслуговування.

Якщо товар є сировиною або запчастиною, потрібно від витрат і доходів від товару виробництва взяти частки, які припадають на нього, від загальних витрат і доходу від виробництва товарів з використанням імпортованого ТВ.

В разі імпорту не враховуються витрати на збереження товару, його розподіл та реалізацію. За необхідністю вони враховуються до експортних та імпортних витрат. Також ці витрати зазначаються у внутрішніх витратах, а саме у собівартості товару та його внутрішній вартості [6, с. 300].

На підставі вищезазначених положень розроблено коефіцієнти ефективності імпорту товарів. Сьогодні в науковій літературі існують різні думки щодо класифікації показників, за якими визначається ефективність імпортних операцій на підприємствах. Наприклад, А. Вічевич та О. Максимець вважають, що до показників для оцінки ефективності імпортних операцій на підприємствах відносяться показники, зазначені в табл. 1.

Отже, в табл. 1 були зазначені основні показники для оцінки ефективності імпортних операцій на підприємствах, а саме валютна ефективність імпорту, економічна (абсолютна) ефективність

імпорту, економічний ефект імпорту та рентабельність імпорту. Дані показники забезпечують підприємству достовірність та оперативність інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у системі зовнішньоекономічної діяльності.

Аналіз ефективності імпортних операцій на підприємствах потрібно базувати на таких методичних положеннях:

- обчислення елементів витрат і результатів імпортної діяльності в документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;
- зведення витрат і результатів для прирівнювання до однакових кількісних одиниць виміру і виключення повторювань;
- дисконтування витрат, доходів та результатів імпортної діяльності організації;
- прирівнювання даних поточного періоду до даних базового періоду для оцінювання поточного стану імпортної діяльності суб'єкта господарювання та опрацювання пропозицій щодо поліпшення ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується [7, с. 248].

Під час визначення ефективності імпорту товарів виробничого призначення основну увагу слід приділити ефективності від залучення у виробництво імпортного устаткування та обладнання. Ця ефективність визначається двома способами. Спосіб, який ґрунтується на моделі порівняльної економічної ефективності (Ееф.і.1):

$$Ееф.і.1 = \frac{ЕА}{ЕІ}, \quad (1)$$

де Ееф.і.1 – порівняльна економічна ефективність;

ЕА – економічний ефект від придбання та використання альтернативного варіанта устаткування вітчизняного виробництва;

ЕІ – економічний ефект від придбання та використання імпортного обладнання.

Обов'язковою умовою ефективного імпорту є таке: $Ееф.і.1 > 1$. Цей показник дає змогу показати те, у скільки разів імпортна продукція (товар) ефективніша за продукцію, що може бути альтернативною імпортній.

За цим підходом показники економічного ефекту ЕІ і ЕА за імпортним та альтернативним варіантами оцінюються на основі двох витратних складових, які демонструють ціну споживання товару, таких як ціна придбання товару, яка містить ціну контракту та митні платежі; експлуатаційні видатки за весь період служби товару, а саме вартість затраченої сировини та матеріалів, витрати палива й енергії, ціну ремонтів і запасних частин, заробітну плату працівників. Різниця між показниками ефекту ЕА та ЕІ показує, який додатковий прибуток матиме імпортер, якщо придбає імпортну продукцію замість альтернативної [4, с. 432].

Також визначення ефективності імпорту виробничого обладнання, крім витрат, зазначає результатні показники та зводиться до розрахунку

показника (Ееф.і.2), який показує співвідношення обсягу продукції, що випускається протягом деякого періоду на даному устаткуванні, та купівельної ціни імпортного обладнання:

$$\text{Ееф.і.2} = \frac{\text{ОП}}{\text{Цкуп.і}}, \quad (2)$$

де Ееф.і.2 – ефективність імпорту виробничого обладнання;

ОП – обсяг продукції, який випускається протягом деякого періоду на даному устаткуванні;

Цкуп.і – купівельна ціна імпортного обладнання [1, с. 544].

Також показник ефективності імпорту виробничого обладнання характеризує фондовіддачу та зазначає вартість продукту, яка виробляється на даному устаткуванні, на 1 грн. витрат щодо його придбання. Обов'язково потрібно порівнювати значення цього показника зі значеннями аналогічних показників ефективності використання обладнання вітчизняного виробництва чи іншого обладнання іноземного виробництва. Ефективнішим вважається той варіант, який має більше значення показника фондовіддачі.

Видатний український вчений-економіст О. Гребельник поділяє показники для оцінки ефективності імпортичних операцій на підприємствах на дві великі групи. Перша група містить показники, які характеризують абсолютну величину економічного ефекту і є різницею між результатом та витратами, а також порівняльні показники ефективності, які характеризуються відношенням результату до витрат контракту; друга група показників містить показники, які характеризують доцільність участі

підприємства в зовнішньоекономічних зв'язках підприємств:

- показники локальної ефективності, що розраховуються з використанням чинних внутрішніх цін;
- показники загальноекономічної ефективності, що розраховуються на підставі розрахункових цін [3, с. 140].

Метою імпортової діяльності на підприємствах вважають необхідність до залучення іноземних товарів у власному виробництві, тому визначення економічної ефективності імпортової діяльності на підприємствах допускає застосування показників ефективності імпорту товарів виробничого призначення для власної виробничої діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Імпортом вважають митний режим, відповідно до якого іноземні товари, за які сплачені митні платежі згідно зі встановленими законами країни, за умови виконання всіх обов'язкових митних формальностей були відправлені до вільного обігу на митній території країни. Ефективність імпорту означає вигідність імпорту, яка вимірюється співвідношенням вартості імпортного товару, який реалізується на внутрішньому ринку за внутрішніх цін, і вартості товару за зовнішньоторговельними цінами. В результаті дослідження було зазначено, що підприємство, купуючи товар у іноземних постачальників, несе такі втрати, як вартість товару, транспортні та організаційні витрати. В роботі було представлено теоретично-методичні підходи до процесу оцінки ефективності імпортичних операцій на підприємствах.

Таблиця 1

Показники для оцінки ефективності імпортичних операцій на підприємствах

№	Показник	Формула	Коментарі
1.	Валютна ефективність імпорту	$\text{Ев.і} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{ЦРВі} \times \text{Клі}}{\sum_{i=1}^n \text{Ці} \times \text{Клі}}$ де Ев.і – валютна ефективність імпорту; ЦРВі – ціна і-го товару на внутрішньому ринку; Клі – обсяг імпорту і-го товару; Ці – валютна ціна і-го товару.	Базою порівняння слугує валютний курс, хоча й виконується порівняння зі значенням курсу за прямиим котируванням.
2.	Економічна (абсолютна) ефективність імпорту	$\text{Ееф.і} = \text{Ееф.і} = \frac{\text{Вів.р.}}{\text{Ві}}$ де Ееф.і – економічна (абсолютна) ефективність імпорту; Вів.р. – вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку; Ві – витрати на придбання імпортової продукції.	Чим більше цей показник переважає одиницю, тим ефективніше є імпортна діяльність для підприємства.
3.	Економічний ефект імпорту	$\text{Ее.і} = \text{Вів.р.} - \text{Ві}$ де Ее.і – економічний ефект імпорту; Вів.р. – вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку; Ві – витрати на придбання імпортової продукції.	Вважається, що чим більше значення показника, тим більше підприємство отримує прибутку, а імпорту діяльність можна вважати ефективною.
4.	Рентабельність імпорту	$\text{Рі} = \frac{\text{Ее.і}}{\text{Ві}}$ де Рі – рентабельність імпорту; Ее.і – економічний ефект імпорту; Ві – витрати на придбання імпортової продукції.	Показує розмір прибутку від реалізації імпорту на 1 грн. витрат щодо його придбання.

Серед основних показників, які використовуються для оцінки ефективності імпортних операцій на підприємстві, зазначені валютна ефективність імпорту, базою якої слугує валютний курс, хоча й виконується порівняння зі значенням курсу за прямим котируванням; економічна (абсолютна) ефективність імпорту; економічний ефект імпорту; рентабельність імпорту, яка показує розмір прибутку від реалізації імпорту на 1 грн. витрат щодо його придбання. Ці показники забезпечують підприємству достовірність та оперативність інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у системі зовнішньоекономічної діяльності. В роботі зазначено, що аналіз ефективності імпортних операцій на підприємствах потрібно базувати на таких методичних положеннях, як обчислення елементів витрат і результатів імпортової діяльності в документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку; зведення витрат і результатів для порівнювання до однакових кількісних одиниць виміру і виключення повторювань; дисконтування витрат, доходів та результатів імпортової діяльності організації; порівнювання даних поточного періоду до даних базового періоду для оцінювання поточного стану імпортової діяльності суб'єкта господарювання, а

також опрацювання пропозицій щодо поліпшення ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутинець Ф. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Житомир: Рута, 2011. 544 с.
2. Вольчик О., Дубицький Д. Визначення зон економічних ризиків на основі аналізу показників економічної безпеки підприємства. Економіст. 2009. № 8. С. 40–43.
3. Вівич О. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Львів: Афіна, 2014. 140 с.
4. Гребельник О. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 432 с.
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / за ред. Ю. Козака, Н. Логвінової, І. Сіваченка. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 792 с.
6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / за ред. Ю. Козака, Н. Логвінової. Київ: Освіта України, 2012. 300 с.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / за ред. О. Шкурупій. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
8. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ASSESSMENT OF EFFECTIVE MANAGEMENT BY BEHAVIOR OF PERSONNEL THE ENTERPRISES HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

УДК 005.95/.96:640.4-47.44 (045)

Гакова М.В.

асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

У статті розглянуто актуальність проблеми оцінки персоналу. Проаналізовано поняття «оцінка персоналу». Дано авторську трактовку визначення оцінки управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства. Досліджено сучасні методи оцінки персоналу. Запропоновано оцінку поведінки персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства за показниками клієнтоорієнтованої поведінки.

Ключові слова: оцінка персоналу, методи оцінювання, поведінка, клієнтоорієнтованість, готельно-ресторанне господарство.

В статье рассмотрена актуальность проблемы оценки персонала. Проанализировано понятие «оценка персонала». Дана авторская трактовка определения оценки управления поведением персонала предприятий гостинично-ресторанного хозяйства.

Исследованы современные методы оценки персонала. Предложена оценка поведения персонала предприятий гостинично-ресторанного хозяйства по показателям клиентоориентированного поведения.

Ключевые слова: оценка персонала, методы оценки, поведение, клиентоориентированность, гостинично-ресторанное хозяйство.

The article considers the relevance of the problem of personnel assessment. A term "assessment of personnel" is analyzed. The system of evaluation of personnel is considered. The methods of evaluation of personnel are considered. The offered assessment of behavior of personnel of the enterprises of customer-oriented behavior, hotel and restaurant on indicators.

Key words: assessment of personnel, methods of evaluation, behavior, customer orientation, hotel and restaurant business.

Постановка проблеми. Ефективне управління поведінкою персоналу вимагає формування системи оцінювання для вирішення питань, які відіграють істотну роль під час реалізації таких функцій, як, зокрема, планування, підбір і відбір, просування, ротация персоналу, мотивація і стимулювання, контроль. Це найважливіший інструмент підвищення якості роботи, а отже, ефективності функціонування організацій.

На підприємствах готельно-ресторанного господарства велике значення мають стандарти обслуговування, які визначають основні вимоги до процесу обслуговування клієнтів закладу. Цей процес нерозривно пов'язаний з управлінням найважливішими економічними показниками діяльності підприємства та суттєво впливає на економічний стан. Від ефективності управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства залежать обсяг наданих послуг, сума доходів та можливість фінансового забезпечення його майбутнього розвитку.

Саме тому реалізація такого інструмента, як оцінка ефективності управління поведінкою персоналу, нині час потребує особливої уваги і має велике значення для підприємств сфери послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні основи оцінки персоналу досліджувались зарубіжними та вітчизняними науковцями, такими як, зокрема, А. Алавердов, М. Альберт, І. Ансофф, Д. Богиня, І. Булеєв, В. Веснін, О. Грішнова, В. Данюк, Г. Дмитренко, П. Друкер, А. Єгоршин, О. Єськов, Г. Завінов-

ська, А. Кібанов, А. Колот, М. Мескон, І. Метцнер, Ю. Одегов, М. Семікіна, І. Хентце, Ф. Хетдоурі, І. Швець, С. Шекшня, Г. Щокін.

Проблеми оцінювання персоналу та методів їх проведення досліджували такі вчені, як, зокрема, А. Борисова, Г. Дмитренко, А. Карякін, В. Корнюшин, О. Крушельницька, Т. Максименко, Д. Мельничук, Ф. Хміль.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасних функцій та методів оцінки персоналу, аналіз поняття «оцінка персоналу», розгляд методів оцінки персоналу для управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства за показниками клієнтоорієнтованості, аналіз помилок суб'єктів оцінювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка роботи персоналу є найважливішим інструментом управління в будь-якій сучасній організації, оскільки кожен керівник хоче знати, наскільки ефективно працюють його співробітники, а також як можна підвищити цю ефективність.

Оцінка персоналу дає змогу виявити і розкрити потенціал кожного співробітника, а також спрямувати цей потенціал на реалізацію стратегічних цілей підприємства.

Підприємства існують для досягнення поставлених перед ними цілей. Ступінь реалізації цих цілей показує, наскільки ефективно діє організація та використовує наявні ресурси. В основі управління лежить зворотний зв'язок, що включає ті чи інші способи виміру та порівняння.

Під час управління персоналом зворотний зв'язок реалізується через оцінку персоналу, а

саме встановлення кількісної міри відповідності працівників займаній посаді.

Слід зауважити, що сьогодні досить складно розробити збалансовану систему оцінок щодо її об'єктивності, простоти, зручності і зрозумілості, в науковій літературі існує декілька підходів і систем оцінювання персоналу.

В сучасних умовах сутність поняття «оцінка персоналу» потребує аналізу. Зазначена інформація проаналізована автором та наведена в табл. 1.

Оцінювання персоналу в процесі здійснення діяльності організації присутнє на всіх етапах діяльності («вхід – діяльність – вихід»).

На етапі входу предметом оцінювання є найчастіше якості осіб, які претендують на працевлаштування, на етапі діяльності – трудова поведінка, а етапі виходу – ефекти праці. Метою оцінювання працівників є отримання об'єктивних оцінок їхньої праці, в яких концентруються знання і досвід, ставлення до праці, внесок у кінцевий результат діяльності первинного трудового колективу та організації загалом. Це означає, що об'єктом оцінювання повинні бути не людина загалом, а тільки істотні її якості, властивості і дії з огляду на виконувану нею роботу та наслідки [11].

Оцінка ефективності управління персоналом складає увявлення:

– про те, наскільки конкретна робота відповідає досягненню поставлених цілей;

– про подальше формування кадрової політики, спрямованої на підвищення ефективності управління.

Оцінювання персоналу виконує вимірювальну і розвиваючи функції, їх змістовність представлено на рис. 1.

Треба зазначити, що у списку показників, за якими оцінюється ефективність управління персоналу, дуже велике значення має зворотній зв'язок, адже саме зворотній зв'язок є ключовим під час обміну інформацією між персоналом і керівництвом про хід роботи.

Вітчизняна та зарубіжна наука має в своєму розпорядженні значні напрацювання підходів і методів до оцінки персоналу. За їх допомогою з різних позицій можна як підійти до самого предмета оцінки, так і визначитися із суб'єктом оцінки.

Система оцінки персоналу завжди формується під впливом потреб вирішення практичних завдань, які мають бути простими і зрозумілими для сприйняття.

Методи оцінки персоналу є найголовнішою складовою оцінки персоналу. У системах оцінювання застосовуються різноманітні методи, а в їх межах – техніки оцінювання.

Таблиця 1

Визначення поняття «оцінювання персоналу»

Визначення поняття	Автор
Оцінка персоналу – це процес визначення ефективності діяльності співробітників в реалізації завдань організації з метою послідовного накопичення інформації, необхідної для прийняття подальших управлінських рішень.	Є. Борисова [1]
Під оцінюванням персоналу розуміють процедуру, за допомогою якої виявляється ступінь відповідності якостей працівника, його трудової поведінки, результатів діяльності певним вимогам.	М. Головатий, М. Лукашевич, Г. Дмитренко [2]
Оцінювання персоналу – це запланована, формалізована характеристика трудової діяльності зайнятих осіб, ефективності роботи персоналу.	Г. Завіновська [4]
Оцінювання персоналу використовується для визначення відповідності працівника вакантному чи робочому місцю (посаді), яке він у даний час займає.	О. Кириченко [5]
Оцінка персоналу полягає у визначенні того, якою мірою кожний працівник досягає очікуваних результатів праці та відповідає тим вимогам, які випливають з його виробничих завдань.	А. Колот [6]
Оцінювання персоналу є процедурою, що здійснюється з метою виявлення ступеня відповідності професійних, ділових та особистих якостей працівника, кількісних і якісних результатів його трудової діяльності визначеним вимогам.	В. Савченко [7]
Ділова оцінка персоналу – це компонент діагностики персоналу, цілеспрямований процес встановлення відповідності кількісних і якісних професійних характеристик персоналу вимогам посади (робочого місця), підрозділу та організації загалом.	І. Скопилатов, О. Єфремов [8]
Під діловою оцінкою персоналу розуміється цілеспрямований процес встановлення відповідності якісних характеристик персоналу вимогам посади й робочого місця.	Л. Федулова [9]
Оцінювання персоналу визначає рівень кваліфікації працівників, рівень знань, навичок, здібностей, дає уявлення про ділові та моральні риси особистості.	А. Шегда [10]
Оцінювання персоналу – виражений у письмовій або усній формі процес оцінювання життєвої позиції, особистісних рис, поведінки і рівня виконання працівниками завдань, важливих для досягнення місії та цілей організації.	Ф. Хміль [11]
Оцінка персоналу – це результат порівняння, результат порівняння пізнаваного з тим, що може виступати як еталон, тобто відомого, пізаного чи такого, що подається людиною.	В. Слиньков [12]

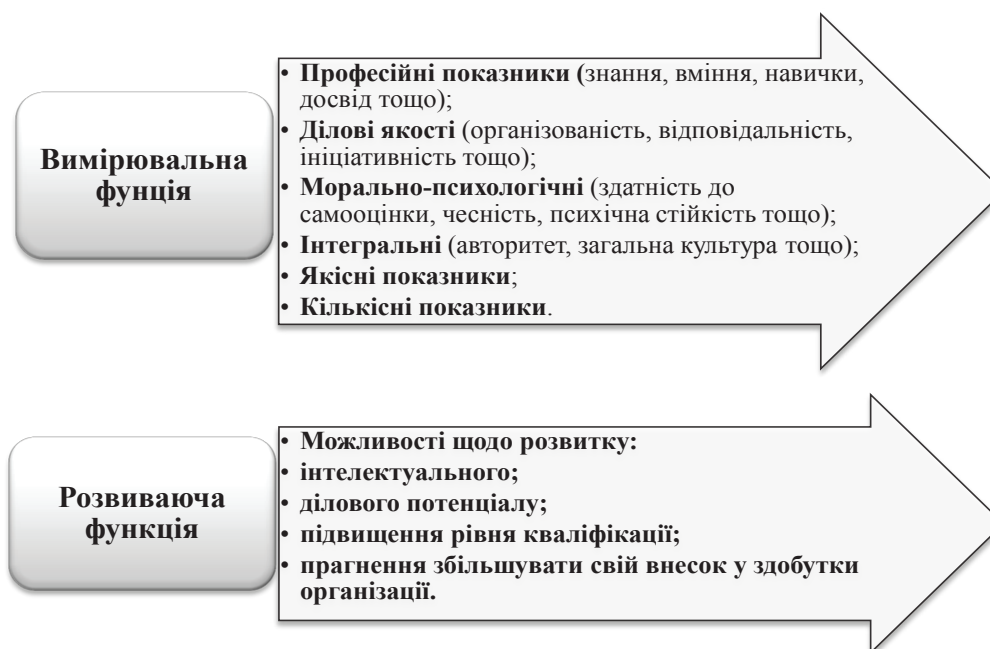


Рис. 1. Вимірювальна і розвиваюча функції: змістовні показники

Джерело: розроблено автором на підставі [11; 12]

Під методом оцінювання розуміється сукупність певних теоретико-методологічних підходів до оцінювання якостей особистості, поведінки та ефектів праці працівників [11].

Таблиця 2

Методи оцінювання поведінки персоналу та їх характеристики

Метод	Характеристика
Описовий метод	Оцінювач повинен виявити та описати позитивні і негативні риси <i>поведінки працівника</i> . Метод не передбачає чіткої фіксації результатів, тому часто використовується як доповнення до інших методів.
Метод анкет та порівняльних анкет	Включає набір питань чи описів <i>поведінки працівника</i> . Оцінювач проставляє відмітку навпроти опису тієї риси характеру, яка, на його думку, властива працівнику, інакше залишає пусте місце. Сума позначок дає загальний рейтинг анкети даного працівника. Використовується для оцінки керівництвом, колегами та підлеглими.
Структуроване поведінкове інтерв'ю	Інструмент, який використовується для аналізу компетенції (<i>комплексу поведінкових характеристик</i> , необхідних працівнику для успішного виконання тієї чи іншої роботи або будь-яких функцій). Структура <i>поведінкового інтерв'ю</i> така: питання відносяться до минулого релевантного досвіду людини і будуються за принципом «воронки», тобто від загальних питань про професійну ситуації до конкретних прикладів дій, які дали змогу досягти заявленого результату.
Метод «360 градусів»	Цей вид оцінки використовується і для поліпшення внутрішньої комунікації, розвитку корпоративної культури. Це погляд на працівника з різних сторін. Інформацію одержують шляхом бесіди із самим співробітником, його безпосереднім керівником, колегами, підлеглими, а іноді і з клієнтами оцінюваного.
Метод вирішальних ситуацій	Для використання цього методу фахівці з оцінки готують список описів «правильної» і «неправильної» поведінки працівників у типових ситуаціях, тобто «вирішальних ситуацій». Ці описи розподіляються по рубриках відповідно до характеру роботи. Далі особа, що проводить оцінку, готує журнал для записів по кожному оцінюваному працівнику, в який вносить приклади поведінки по кожній рубриці. Пізніше цей журнал використовується під час оцінювання ділових якостей співробітника.
Рейтингова шкала поведінкових установок	Це комбінація методів оцінки поведінки на робочому місці та інших критеріїв результативності, підконтрольних працівнику, заснованих на використанні «вирішальних ситуацій», Кожна шкала оцінки результатів пов'язана з конкретною поведінковою установкою, описаною в розрізі рівня виконання. Співвідносячи результати співробітника зі шкалою по кожному аспекту, оцінювач може більш точно оцінити результати співробітника.
Метод шкали спостереження за поведінкою	Аналогічний попередньому метод, але замість визначення поведінки працівника у вирішальній ситуації поточного часу оцінювач фіксує на шкалі кількість випадків, коли працівник поведився тим чи іншим специфічним чином раніше.

Враховуючи вищевикладене, автор вважає, що оцінка ефективності управління поведінкою персоналу – це вагомий, потужний, технологічний інструмент в руках керівника, де закладено основний ресурс для коригування, регулювання, стимулювання та опосередкованого впливу для отримання бажаної поведінки персоналу, наслідком чого є необхідний кінцевий результат, виражений в ефективності праці.

Методи оцінки персоналу є найголовнішою складовою оцінки персоналу, проте, на жаль, єдиної класифікації методів оцінки не існує, тому для оцінки ефективності управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства автором згруповано найпоширеніші нині методи оцінки поведінки працівника та їх характеристики, які представлено в табл. 2.

На основі вищезазначених методів необхідно зазначити, що оцінка на основі поведінки повинна забезпечуватися способами, які застерігають управлінців і працівників від потрапляння в такі ситуації, коли порушуються норми поведінки за рахунок досягнення цілей.

Тому для оцінювання ефективності управління персоналом слід дотримуватися таких правил [11]:

- визначення мети оцінювання;
- оцінювання всіх працівників;
- участь працівників у визначенні критеріїв оцінювання;
- диференціація критеріїв залежно від цілей оцінювання;
- добір методик оцінювання відповідно до його цілей;
- навчання осіб, які проводять оцінювання, його процедур;
- простота оцінювання;
- дотримання прав тих, кого оцінюють;
- інформування оцінюваних про висновки оцінювання;
- конфіденційність висновків оцінювання;
- можливості оскарження висновків оцінювання;
- систематичність оцінювання працівників (раз на півроку, на рік).

Для оцінювання поведінки персоналу потрібні фахівці, які будуть спостерігати за тим, як виконується робота, і встановлювати норми хорошого і поганого поведінки в процесі роботи. Але для того, щоб максимально уникнути помилок під час оцінювання, слід знати найтипівіші з них, зокрема [11]:

- «гало-ефект» (узагальнення оцінки працівника на основі однієї його якості (позитивної або негативної));
- тенденція до усереднення висновків;
- надмірна поблажливість, причиною якої є небажання того, хто оцінює, зіпсувати відносини з тими, кого оцінюють;

- надмірна суворість;
- проекція (приписування оцінюваній особі думок, поглядів, поведінки того, хто оцінює);
- відлуння (перенесення успіхів (недоліків) оцінюваного в минулому на ситуацію, в якій відбувається оцінювання);
- ефект ієрархії (вищі оцінки виставляються тим, хто має перспективу службового зростання).

Під час оцінювання поведінки персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства треба визначитися з поведінковими критеріями. Очевидним є той факт, що успішність готельно-ресторанного господарства забезпечується клієнтами. Клієнти – ключова група, заради якої, зрештою, й існує індустрія гостинності. Реалізація цілей діяльності організації передбачає розробку певної системи впливу на співробітників через управління поведінкою. Необхідно підкреслити, що персонал може володіти усіма необхідними знаннями про послугу або продукт, вміннями і навичками, але якщо він не спрямовує ці знання на потреби конкретного клієнта, то ймовірність вибудувати необхідні з ним взаємини зменшується. Таким чином, клієнтоорієнтованість персоналу забезпечується мотивацією, сукупністю різних якостей та особливостей поведінки персоналу.

Клієнтоорієтованим можна назвати такий персонал, який [3]:

- володіє знаннями про типи і переваги клієнтів організації, про особливості пропонованих послуг, про технології реалізації послуг тощо;
- має розвинені навички і мотивацію до швидкого і гнучкого виявлення, задоволення рівнів запитів фактичних і потенційних клієнтів;
- має здібності розпізнавати і враховувати індивідуальність кожного клієнта;
- своєю поведінкою формує і підтримує довгострокові відносини з клієнтами, орієнтуючись як на інтереси клієнта, так і на економічні цілі організації.

Спираючись на поняття клієнтоорієтованого персоналу, де поведінкова складова дуже вагома, зазначаємо, що поведінка персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства, його відношення до клієнтів повинні бути головним об'єктом уваги керівників.

Керівництво закладу має прагнути до того, щоб норми поведінки персоналу орієнтували б їх на повагу запитів клієнтів, а також на усвідомлення того, що знання правил поведінки – запорука успіху в спілкуванні з клієнтами. Це формує такий цікавий феномен, як клієнтурний тип поведінки працівників, який ще називають клієнтоорієтованим.

Американський дослідник в галузі менеджменту Генрі Мінцберг зазначав: «Організації прагнуть до формалізації поведінки співробітників з тим, щоб знизити його варіативність, а в кінцевому рахунку – щоб прогнозувати його і керувати ним.

Методи оцінки показників клієнтоорієнтованої поведінки персоналу

Показники клієнтоорієнтованої поведінки	Методи оцінки
Ступінь залучення персоналу в роботу з клієнтами	Анкетування; метод шкали спостереження за поведінкою; метод управління за цілями; управління досягненнями.
Клієнтоорієнтована поведінки	Метод вирішальних ситуацій; метод рейтингових поведінкових установок; метод шкали спостереження за поведінкою; метод «таємний відвідувач».
Показники задоволеності клієнтів якістю послуг, обслуговування	Анкетування; метод «360 градусів»; опитування клієнтів, аналіз інформації з інтернет-відгуків, книги скарг і пропозицій, «гарячої лінії».
Показники професійного розвитку	Метод порівняння; асесмент-центр; метод ділових ігор.
Система взаємовідносин з організацією і в організації	Метод алфавітно-числової шкали; метод «360 градусів»; метод порівняння» метод моделювання ситуації.
Показники результатів діяльності персоналу	Метод оцінки нормативів роботи; оцінка кількісних показників обсягу реалізованих послуг; залучення клієнтів; повторні відвідування клієнтів тощо.

Єдина основна причина формалізації – необхідність координації дій» [13].

Задоволеність і лояльність клієнтів підприємств сфери обслуговування є одними з найважливіших конкурентних переваг, а ці параметри безпосередньо залежать від якості роботи персоналу.

Автор вважає, що під оцінкою поведінки персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства слід розуміти сукупність різних методів, методик, процедур, технологій, технік, за допомогою яких можна визначити рівень необхідних характеристик персоналу та його поведінки під час надання послуг клієнту, а також здійснити порівняння оцінюваного з тим, що може виступати як зразок – еталон.

Автором запропоновано оцінювати поведінку персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства за показниками клієнтоорієнтованої поведінки, що наведено в табл. 3.

Таким чином, кожне підприємство вибирає найпридатніші для нього методи і техніки оцінювання на основі поставлених цілей.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, оцінка персоналу – це найважливіший інструмент підвищення якості роботи та ефективності функціонування підприємства, що надає керівництву необхідну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень щодо управління персоналом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Борисова Е. Оценка и аттестация персонала. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 288 с.
2. Головатий М., Лукашевич М., Дмитренко Г. та ін. Управлінські аспекти соціальної роботи. Курс лекцій. Київ: МАУП, 2004. 368 с.
3. Апенько С. Методологические основы оценки клиентоориентированности персонала организаций. Омский научный вестник. 2010. № 1(85). С. 72–74.
4. Завіновська Г. Економіка праці: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 432 с.
5. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ: Знання-Прес, 2002. 384 с.
6. Колот А. Мотивація персоналу: підручник. Київ: КНЕУ, 2002. 337 с.
7. Савченко В. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2002. 351 с.
8. Скопылатов И., Ефремов О. Управление персоналом. Санкт-Петербург: Изд-во Смольного университета, 2000. 400 с.
9. Менеджмент організацій: підручник / Л. Федулова, І. Сокирник, В. Стадник, М. Йохна, О. Новикова, Є. Рясних. Київ: Либідь, 2004. 448 с.
10. Шегда А. Менеджмент: навч. посібник. Київ: Знання, КОО, 2002. 583 с.
11. Хміль Ф. Управління персоналом: підручник. Київ: Академвидав, 2006. 487 с.
12. Слинков В. Персонал и его менеджмент: практические рекомендации. Киев: КНТ, 2007. 476 с.
13. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 512 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ФІНАНСОВИМ НАПРЯМОМ

FORMATION OF SYSTEM OF INDICATORS OF AN ESTIMATION OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISE FINANCIAL DIRECTION

У статті розглянуто проблему формування системи показників оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом, досліджено теоретичні підходи до його оцінювання. Здійснено групування показників оцінювання за низкою напрямів, а також сформовано обґрунтований перелік показників на основі застосування методу ранжування.

Ключові слова: ефективність, показник, групування, ранжування, оцінка, фінансовий напрям, фактор.

В статье рассмотрена проблема формирования системы показателей оценки эффективности деятельности предприятия по финансовому направлению, исследованы теоретические подходы к его оцениванию.

Осуществлена группировка показателей оценивания по ряду направлений, а также сформирован обоснованный перечень показателей на основе применения метода ранжирования.

Ключевые слова: эффективность, показатель, группировка, ранжирование, оценка, финансовое направление, фактор.

The article considers the problem of formation of system of indicators for evaluating the effectiveness of the company's financial direction, theoretical approaches to its assessment. Grouping of indicators assessment on a number of fronts, and generated a reasonable list of indicators on the basis of the method of ranking.

Key words: efficiency, index, grouping, ranking, rating, financial direction, factor.

УДК 658.14/17

Герасимов О.К.

здобувач ступеня доктора філософії
Харківський національний
економічний університет
імені Семена Кузнеця

Постановка проблеми. В умовах сьогодення важливим для вітчизняних підприємств є підвищення ефективності діяльності. Одним з важливих напрямів, який, з одного боку, здійснює суттєвий вплив на неї, а з іншого боку, є результатом того, наскільки ефективно функціонує господарський суб'єкт, є фінансовий. Тому проблема формування системи показників оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням різноманітних теоретико-методологічних підходів до оцінювання ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом займалися такі видатні науковці, як, зокрема, Н.О. Власова, Т.А. Говорушко, С.А. Єрохін, С.О. Зубков, Г.В. Сілакова, О.А. Кириченко, М.А. Коваленко, В.Л. Чесноков, М.В. Чорна. Проте спостерігається деяка суперечливість між поглядами різних авторів.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні, систематизації та аналізі наукових підходів до оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом, а також визначенні показників для проведення оцінки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з результатів аналізу літературних джерел [2–13; 15] та мети дослідження, пропонуємо застосовувати метод ранжування [14], який дає змогу визначити ранг показника на основі частоти його використання в досліджених методичних підходах. Тому з метою визначення переліку показників, що слід включити до остаточної сукупності, доцільно відібрати ті, що мають найвищі ранги (а саме з першого по третій). У табл. 1 наведено результати аналізу літературних джерел [2–13; 15]

щодо вибору показників, які відображають оцінку ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом на основі застосування рангового аналізу, а також сформовано відповідний перелік показників.

Наступним кроком формування обґрунтованої системи показників оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом є визначення доцільності групування показників. Аналіз літературних джерел [1] довів доцільність використання факторного аналізу, який є підґрунтям проведення класифікації та систематизації простору ознак дослідження, групування факторів за їх економічним змістом. Одним з найбільш поширених підходів для визначення факторів є використання методу головних компонент, головними перевагами якого є мінімізація обсягу вихідних даних, можливість редукції даних, виявлення структури взаємозв'язків між ознаками, надання їх кількісної оцінки та економічної інтерпретації, присвоєння рангів досліджуваним об'єктам та їх класифікація за величиною виявлених латентних показників. Окрім того, слід назвати наявність пакетів прикладних програм, зокрема відповідні розрахунки проводились в ППП STATISTICA 12.5.

Алгоритм застосування методу головних компонент, на думку О.Г. Янкового, включає такі кроки:

- формування матриці вихідних показників;
- стандартизація ознак (побудова матриці);
- розрахунок кореляційної матриці, що відображає зв'язки вихідних змінних;
- знаходження матриці факторних навантажень;
- виділення, вимір та інтерпретація головних компонент [16].

Таблиця 1

Обґрунтований перелік показників оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом

Показник	Умовне позначення	Формула розрахунку показника
Рентабельність активів підприємства	X_{11}	Відношення чистого прибутку до середньорічної вартості активів підприємства.
Рентабельність реалізації	X_{12}	Відношення чистого прибутку до вартості реалізованої продукції.
Рентабельність власного капіталу	X_{13}	Відношення чистого прибутку до середньорічної вартості власного капіталу.
Коефіцієнт оборотності активів	X_{14}	Відношення чистої виручки від реалізації до середньорічної суми активів.
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	X_{15}	Відношення чистої виручки від реалізації до середньої за рік дебіторської заборгованості покупців.
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	X_{16}	Відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної вартості кредиторської заборгованості постачальникам.
Коефіцієнт оборотності матеріально-виробничих запасів	X_{17}	Відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної вартості матеріально-виробничих запасів.
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	X_{18}	Відношення обсягу реалізованої продукції до середньорічної вартості власного капіталу.
Коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності	X_{19}	Відношення оборотних коштів до короткострокових зобов'язань.
Коефіцієнт термінової ліквідності	X_{110}	Відношення суми грошових коштів, короткострокових фінансових вкладень, чистої дебіторської заборгованості до короткотермінових зобов'язань.
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	X_{111}	Відношення грошових коштів до короткострокових зобов'язань.
Коефіцієнт автономії	X_{112}	Відношення власного капіталу до підсумку балансу.
Коефіцієнт фінансового ризику	X_{113}	Відношення позикового капіталу до власного капіталу.

Таблиця 2

Перелік досліджуваних машинобудівних підприємств Харківського регіону

Назва підприємства
ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря»»
ДП «Завод «Електроважмаш»»
ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш»»
ПАТ «Завод «Південкабель»»
ПАТ «Електромашина»
ПАТ «Харківський верстатобудівний завод»
ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ»
ПАТ «Науково-виробниче підприємство теплоавтомат»
ВАТ «Завод ім. Фрунзе»
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»
ВАТ «Турбоатом»
ПАТ «Харківський підшипниковий завод»
Державне науково-виробниче підприємство «Об'єднання Комунар»
ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»»
ПАТ «Коннектор»
ПАТ «ФЕД»
Науково-виробниче підприємство «Хартрон-плант» ЛТД (ТОВ)
Науково-виробниче підприємство «Хартрон-експрес ЛТД» (ТОВ)

Таблиця 3

Склад та економічний зміст виділених факторів

Фактор	Перелік показників, що входять до фактору	Ознака групування
Фактор 1	$X_{16}, X_{19}, X_{110}, X_{111}$	Показники оборотності кредиторської заборгованості та ліквідності.
Фактор 2	X_{14}, X_{17}	Показники оборотності.
Фактор 3	X_{11}, X_{12}, X_{13}	Показники рентабельності.
Фактор 4	X_{112}, X_{113}	Показники автономії та фінансового ризику.

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
X ₁₁	0,346662	0,085779	0,822050	0,173996
X ₁₂	0,308504	-0,168354	0,854508	0,195779
X ₁₃	-0,121288	0,130019	0,832677	-0,135549
X ₄	0,068654	0,928787	0,088112	-0,035204
X ₁₅	-0,167690	0,599082	-0,216686	0,089152
X ₁₆	0,737361	0,338218	0,067601	0,000033
X ₁₇	0,110669	0,922477	0,034081	-0,156984
X ₁₈	-0,297632	0,675115	0,336661	-0,199736
X ₁₉	0,860378	-0,149603	0,081824	0,233904
X ₁₁₀	0,870233	-0,185023	0,249598	0,192377
X ₁₁₁	0,794538	-0,099822	0,065625	0,129715
X ₁₁₂	0,431420	-0,115285	0,050376	0,859274
X ₁₁₃	-0,081342	0,051394	-0,072734	-0,955099
Expl. Var.	3,229013	2,777797	2,354219	1,919815
Prp. Totl.	0,248386	0,213677	0,181094	0,147678

Рис. 1. Матриця факторних навантажень

У процесі здійснення розрахунків використувалася статистична інформація за 18 машинобудівними підприємствами Харківського регіону (табл. 2).

На рис. 1 подано матрицю факторних навантажень за комплексом факторів оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом.

Результати проведеного аналізу свідчать про те, що чотири отримані фактори описують 85% дисперсії всього первинного переліку факторів, що засвідчує адекватність проведених розрахунків. Економічна інтерпретація виділених факторів представлена в табл. 3.

Таким чином, застосування факторного аналізу дало змогу сформулювати остаточний перелік показників оцінки ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом в розрізі запропонованих груп.

Висновки з проведеного дослідження.

У ході здійсненого дослідження було розглянуто наявні теоретичні підходи до ефективності діяльності підприємства за фінансовим напрямом, що дало змогу сформулювати обґрунтований перелік показників на основі застосування методу ранжування. Застосування факторного аналізу дало змогу сформулювати остаточний перелік показників підприємства. Подальші дослідження спрямовані

на проведення оцінки ефективності діяльності підприємства за іншими напрямками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Буреєва Н.Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП "STATISTICA". Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики». Нижний Новгород: ННГУ, 2007. 112 с.
2. Вакульчик О.М. Формування механізму фінансового управління машинобудівного підприємства на основі проекції множини мотивів і цілей / О.М. Вакульчик. Збірник наук. праць ДУЕП. Європейський вектор економічного розвитку. 2011. Вип. 1(10). С. 23–30.
3. Власова Н.О., Чорна М.В., Зубков С.О. Ефективність політики фінансування необоротних активів підприємств торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2008. 267 с.
4. Говорушко Т.А., Климаш Н.І. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу: монографія. Київ: Логос, 2013. 204 с.
5. Говорушко Т.А., Сілакова Г.В. Формування джерел фінансування інвестиційної діяльності на підприємствах кондитерської промисловості в умо-

вах глобалізації економіки: монографія. Київ: Логос, 2013. 208 с.

6. Зятковський І.В. Фінансове забезпечення діяльності підприємств: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2000. 214 с.

7. Коваленко М.А., Чесноков В.Л. Фінансовий словник: навч. посіб. / наук. ред. М.А. Коваленко. 3-тє вид., випр. і доп. Херсон: ІТ, 2011. 310 с. URL: <http://orovidannya.kiev.ua/index.php>.

8. Кононенко О.В., Клижено Я.О. Аналіз фінансової звітності. 3-тє вид., перероб. і доп. Харків: Фактор, 2012. 208 с.

9. Кузьмін О.Є., Шотік Т.М. Фінансова складова в розвитку й функціонуванні національної інноваційної системи. Фінанси України. № 5. 2009. С. 21-30.

10. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки: Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Методики аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки» від 14 лютого 2006 року № 170, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 27 березня 2006 року за № 332/12206. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0332-06/page>.

11. Методичні рекомендації по виявленню ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій по приховуванню банкрутства, фіктивного банкрутства

або доведення до банкрутства: Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій по виявленню ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій по приховуванню банкрутства, фіктивного банкрутства або доведення до банкрутства» від 19 січня 2006 року № 14 (у редакції Наказу Міністерства економіки України від 26 жовтня 2010 року № 1361). URL: http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=161074&cat_id=32854.

12. Пилипенко С.М. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 10. С. 452–456.

13. Пробоїв О.А. Формування та нарощування стратегічного потенціалу підприємства інструментами фінансового інжинірингу, теоретико-методологічні аспекти: монографія. Донецьк : Ноулідж, 2010. 235 с.

14. Статистичне моделювання та прогнозування: навчальний посібник / за ред. О.В. Раєвневої. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2014. 537 с.

15. Кириченко О.А., Єрохін С.А. та ін. Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України: монографія. Київ: Національна академія управління, 2008. 252 с.

16. Янковой А.Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. Вып. 2. Одесса: Оптимум, 2002. 325 с.

КРИТИЧНІ НЕБАЖАНІ ВІДХИЛЕННЯ
У СИСТЕМІ СТРЕС-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВCRITICAL UNWANTED DEVIATIONS
IN THE SYSTEM OF STRESS MANAGEMENT OF ENTERPRISES

У статті з використанням методів групування, систематизування, структурно-логічного аналізу та синтезу здійснено ретельне діагностування критичних небажаних відхилень як ключового елементу системи стрес-менеджменту підприємств. Розглянуто основні фази перебігу критичних небажаних відхилень. Встановлено ключові напрями впливу зазначених відхилень на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності. Охарактеризовано роль і значення ефективних систем стрес-менеджменту в управлінні критичними небажаними відхиленнями. Виявлено, а також описано проблему взаємозалежності цих відхилень, запропоновано їхню типологію. Відображено зв'язок понять ризику, небезпеки та загрози настання критичних небажаних відхилень в межах систем стрес-менеджменту.

Ключові слова: відхилення, критичні небажані відхилення, підприємство, система, стрес-менеджмент.

В статье с использованием методов группировки, систематизации, структурно-логического анализа и синтеза осуществлено тщательное диагностирование критических нежелательных отклонений как ключевого элемента системы стресс-менеджмента предприятий. Рассмотрены основные фазы течения критических нежелательных отклонений. Установлены ключевые направления воздействия указанных отклонений на деятельность субъектов

предпринимательской деятельности. Охарактеризованы роль и значение эффективных систем стресс-менеджмента в управлении критическими нежелательными отклонениями. Выведена, а также описана проблема взаимозависимости этих отклонений, предложена их типология. Отражена связь понятий риска, опасности и угрозы наступления критических нежелательных отклонений в пределах систем стресс-менеджмента.

Ключевые слова: отклонение, критические нежелательные отклонения, предприятие, система, стресс-менеджмент.

In the article using the methods of grouping, systematization, structural-logical analysis and synthesis, a thorough diagnosis of critical unwanted deviations as a key element of the system of enterprise stress management is carried out. The main phases of the course of critical unwanted deviations are considered. Key directions of the influence of these deviations on the activity of business entities are determined. The role and significance of effective stress management systems in managing critical unwanted deviations are characterized. The issue of the interdependence of these deviations is revealed and described, and their typology is proposed. The link between the concepts of risk, danger, and threat of critical unwanted deviations within stress management systems is shown.

Key words: deviation, critical unwanted deviations, enterprise, system, stress-management.

УДК 658:005.334](043.5)

Гончар М.Ф.

к. е. н.,

доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національний університет «Львівська політехніка»

Постановка проблеми. У ринкових умовах господарювання підприємства функціонують в умовах невизначеності, що унеможлиблює формування гарантій їхнього стійкого розвитку. Отже, для забезпечення ефективності функціонування суб'єкти підприємництва змушені прогнозувати динаміку ринкової кон'юнктури, враховувати вплив ринкових чинників, моделювати поведінку конкурентів тощо. Це спрямоване, з одного боку, на забезпечення стійких конкурентних переваг, а з іншого боку, на мінімізацію критичних небажаних відхилень, які є істотними, екстремальними та чинять вагомий негативний вплив на функціонування підприємства. В реаліях сьогодення ринкове середовище містить чимало загроз, які більшою чи меншою мірою зумовлюють необхідність активізування інструментарію стрес-менеджменту в організаціях. При цьому керівникам різних рівнів управління слід знати ці загрози, розуміти причини їхнього виникнення, передбачати наслідки, застосовувати адекватні методи управління ними тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах сьогодення актуалізується завдання

виявлення вже на ранніх стадіях негативних впливів, відхилень, чинників, що перешкоджають функціонуванню та розвитку підприємства. Важливо також розробляти і впроваджувати превентивні механізми у зазначеній сфері на засадах вивчення сучасних методів стрес-менеджменту. Із теоретичної і практичної точок зору важливим є діагностування усього спектру критичних небажаних відхилень, які є істотними, екстремальними та чинять вагомий негативний вплив на функціонування підприємства. Інформаційною базою при цьому є праці вітчизняних та зарубіжних науковців, у яких розглядаються проблеми загроз економічній безпеці, захищеності, ризиків, економічних втрат тощо, зокрема роботи В.Г. Алькеми, В.М. Геєця, О.М. Головченка, В.Ю. Грачова, М.А. Гуреєвої, С.Б. Довбні, О.Ф. Долженкової, П.В. Допіри, П.А. Жила, Ж.О. Журовської, С.В. Забіяко, М.О. Кизима, Т.С. Клебанової, Г.В. Козаченко, О.Н. Овечкіної, В.П. Пономарьова, О.І. Черняка, Д.А. Щербакової. Моніторинг зазначених критичних небажаних відхилень сприяє установленню можливих варіантів розвитку систем стрес-менеджменту на підприємствах. Кожне

з таких відхилень має певний рівень небезпеки, що визначає пріоритети протидії ним.

Постановка завдання. Метою дослідження є ретельна характеристика критичних небажаних відхилень як ключового елементу системи стрес-менеджменту підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. З урахуванням результатів наукових досліджень [1–5] варто зауважити, що системи стрес-менеджменту та специфіка їхнього формування на підприємствах багато в чому залежать від рівня та особливостей критичних небажаних відхилень в управлінській діяльності. Наприклад, в одному випадку усереднено такі відхилення можуть бути незначними, адже суб'єкт підприємницької діяльності віддає перевагу адаптуванню до них, не вживаючи кардинальних заходів. В іншому ж випадку особистісні, групові чи корпоративні стреси можуть завдати значно більшої шкоди компанії, зокрема фінансової, чи навіть призвести до її занепаду чи ліквідації.

Звертаючи увагу на відому в теорії і практиці 4-етапну модель перебігу кризи загалом Дж. Аргентія [6], вважаємо доречним зауважити, що

подібним чином може здійснюватися також перебіг критичних небажаних відхилень. Так, на першій стадії власники чи керівники різних рівнів управління поступово призвичаюються до таких відхилень. Це з урахуванням думки Дж. Аргентія пов'язане перш за все з незначними масштабами відхилень і трактуванням їх як неістотних з позиції управління. Наступна стадія перебігу особистісних, групових чи корпоративних стресів характеризується вже виникненням більш вагомих помилок в управлінні (зокрема, управлінні відхиленням). Надалі на третій стадії цілком ймовірним є отримання негативних фінансових результатів, які можуть полягати не лише у збитковості діяльності, але й у поступовому погіршенні окремих фінансових індикаторів. Критична ситуація, що може призвести і до ліквідації компанії, – це четверта (остання) стадія перебігу особистісних, групових чи корпоративних стресів.

Критичні небажані відхилення, які є істотними, екстремальними та чинять вагомий негативний вплив на функціонування підприємств, виникають з різних причин, як внутрішніх, так і зовнішніх. Частина з них може виникати раптово, а інша частина



Рис. 1. Приклад взаємозалежності критичних небажаних відхилень на підприємстві

Джерело: сформовано автором

формується закономірно протягом певного періоду часу внаслідок, наприклад, ігнорування посадових обов'язків, неврахування ризиків, неврахування слабких сигналів тощо. Одні особистісні, групові чи корпоративні стреси впливають на усе підприємство, а інші – на підрозділ, напрям діяльності, бізнес-процес тощо. Системи стрес-менеджменту в організаціях за цих умов не мають на меті запобігання кожному з критичних небажаних відхилень і стресів; вони забезпечують інструменти ефективного вирішення проблем. Загалом варто погодитись із думкою У. Стегера та К. Недопила [7, с. 28], згідно з якою більшість криз розвивається протягом певного періоду часу, отже, перші їхні наслідки можна побачити за умови ретельного їхнього діагностування.

Доцільно зауважити, що ефективність стрес-менеджменту багато в чому зумовлена ефективністю системи управління в компанії загалом. Так, за умови дієвої такої системи під час виникнення особистих, групових чи корпоративних стресів ухвалюються правильні рішення, компетентні посадові особи чітко виконують свої функції у цьому напрямі, швидко залучається необхідне ресурсне забезпечення тощо.

Розглядаючи проблему аналізування систем стрес-менеджменту на підприємствах, вважаємо доцільним наголосити на поширеній у практиці проблемі взаємовпливу одних критичних небажаних відхилень, які є істотними, екстремальними та чинять вагомий негативний вплив на функціонування суб'єкта підприємницької діяльності, на інші. Зазначену проблему можна представити у графічній формі (рис. 1).

Враховуючи результати досліджень [7], вказуємо на те, що за цих умов необхідно ідентифікувати ключове критичне небажане відхилення і, вплинувши на нього, вирішити інші, пов'язані з ним проблеми. В аналізованому аспекті доцільно зауважити, що навіть в економічно потужних компаніях є ймовірність того, що ухвалені в межах систем стрес-менеджменту управлінські рішення можуть бути помилковими чи просто нерезультативними.

Як свідчать результати виконаних автором досліджень, ефективно функціонуючи, система стрес-менеджменту на підприємстві сприяє істотному зниженню негативних явищ, а також прискорює час реагування на наслідки особистісних, групових чи корпоративних стресів. Окрім того, така



Рис. 2. Типологія критичних небажаних відхилень у діяльності підприємств

Джерело: запропоновано автором

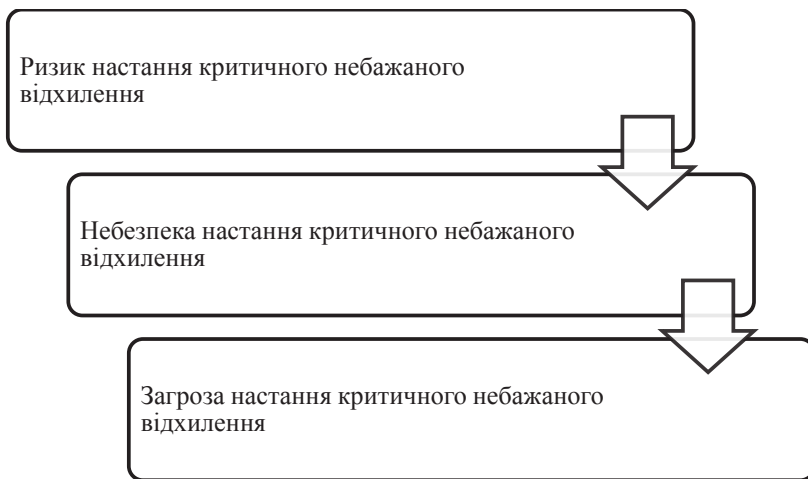


Рис. 3. Зв'язок понять ризику, небезпеки та загрози настання критичних небажаних відхилень у межах систем стрес-менеджменту

Джерело: наведено автором з урахуванням [9, с. 138; 10, с. 106–112]

система дає змогу спрямувати зусилля і ресурси у пріоритетні для компанії сфери виникнення критичних небажаних відхилень.

Узагальнюючи результати вивчення теорії та практики, а також враховуючи позицію К.В. Кондратьєвої [6, с. 101], зауважимо, що важливими передумовами ефективного стрес-менеджменту на підприємствах є:

- своєчасне діагностування та попередження небажаних відхилень, які є істотними, екстремальними та чинять вагомий негативний вплив на функціонування підприємства;
- усунення критичних небажаних відхилень з найменшими втратами;
- використання чинників та умов критичних небажаних відхилень для подальшого організаційного розвитку.

Як свідчить вивчення теорії і практики, критичні негативні впливи, відхилення, чинники, що перешкоджають функціонуванню та розвитку підприємства, можуть призвести до дисбалансу у його діяльності. Посилення їхнього впливу відбувається внаслідок глобалізаційних процесів, загострення конкурентної боротьби, ускладнення середовища функціонування та інших обставин. Попри те, що критичні небажані відхилення, які є істотними та екстремальними, виникають і розвиваються в одному економічному просторі, все ж їхній вплив у кожному окремому випадку у діяльності суб'єкта господарювання є іншим, що зумовлює необхідність не лише охоплення усього можливого спектру цих загроз (рис. 2), але й з-поміж їхнього різноманіття виявлення найбільш значимих.

Враховуючи результати досліджень, вважаємо доцільним зауважити, що критичні небажані відхилення, які є істотними, екстремальними та чинять вагомий негативний вплив на функціонування підприємства, пов'язані з поняттям ризику їхнього

настання, небезпекою та загрозою для суб'єкта господарювання (рис. 3).

У контексті аналізування систем стрес-менеджменту на підприємствах доцільно зауважити, що в умовах сьогодення стан та рівень розвитку цих систем прямо чи опосередковано впливає на результуючі показники діяльності суб'єкта господарювання. Отже, наявний щільний зв'язок між цими двома поняттями. Вважаючи неістотними ситуації, у яких підприємство, його підрозділи, підсистеми, працівники зазнають стресу через дію екстремальних чинників, які не є органічними для їхнього функціонування та викликають істотні негативні наслідки, керівники наражають себе на ризику недоотримання очікуваного

прибутку, нереалізації стратегії, зниження величини доходу від реалізації продукції, погіршення ринкових позицій, недосягнення встановлених цілей тощо. Отже, будь-який особистісний, груповий чи корпоративний стрес може призвести у підсумку до реальних втрат економічного характеру.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, результати виконаних досліджень свідчать про те, що проблема ідентифікування та ретельного діагностування критичних небажаних відхилень в межах систем стрес-менеджменту є ключовою. Масштаби та різноманітність цих відхилень в умовах сьогодення зростають під впливом динамічності внутрішнього і зовнішнього середовища, посилення кризових тенденцій, поглиблення міжнародного поділу праці, загострення конкуренції та багатьох інших обставин.

Важливими передумовами ефективного стрес-менеджменту на підприємствах є своєчасне діагностування та попередження критичних небажаних відхилень, їхнє усунення з найменшими втратами, а також використання чинників та умов критичних небажаних відхилень для подальшого організаційного розвитку, що й повинно бути перспективами подальших досліджень у цьому напрямі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карпінський М.П., Корченко А.О., Гізун А.І. Метод виявлення інцидентів/потенційних кризових ситуацій. Захист інформації. 2015. № 17/2. С. 124–130.
2. Качинський А.Б. Безпека, загрози і ризик: наукові концепції та математичні методи: монографія. Київ: Нац. акад. служби безпеки України, 2004. 471 с.

3. Колісник М.К., Ільчук П.Г., Віблій П.І. Фінансова санація і антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ: Кондор, 2007. 272 с.

4. Олефір В. Економічні цикли і кризи: історія і сучасність. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 10. С. 23–35.

5. Рязанов В. Антикризисная политика в России: стратегические приоритеты и текущие задачи. Экономист. 2009. № 12. С. 3–16.

6. Jak sprytne firmy radzą sobie z kryzysem? URL: <http://archiwum.nf.pl/10552-jak-sprytne-firmy-radza-sobie-z-kryzysem>.

7. Стегер У., Недопил К. Управление компанией в условиях кризиса. США: Меж-

дународная финансовая корпорация, 2010. 114 с.

8. Кондратьева К.В. Состояние и проблемы развития антикризисного управления на предприятиях промышленности. Вестник Пермского университета. 2014. № 4. С. 99–107.

9. Новіков А.О. Взаємозв'язок понять ризику, небезпеки і загрози у контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки. International Scientific Journal. 2015. № 8. С. 136–138.

10. Семенютіна Т.В. Економічні ризики, небезпеки, загрози: сутність та взаємозв'язок. Економічний простір. 2012. № 68. С.106–113.

ФАКТОР СІМ'Ї В РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ

FACTOR OF THE FAMILY IN AGRO TOURISM DEVELOPMENT

У статті підкреслено фактор сім'ї в ефективному розвитку аграрного туризму. Визначено, що сім'я є головною рушійною силою розвитку бізнесу. Розглянуто передумови виникнення сімейного бізнесу, проаналізовано його переваги та недоліки. Наведено бар'єри, що стримують розвиток сімейного підприємництва. Запропоновано напрями державної підтримки сімейного бізнесу в агротуризмі. Сформульовано низку рекомендацій для членів родин, які спрямовані на підвищення ефективності сімейного підприємництва. Акцентовано увагу на необхідності формування економічної культури у молоді, підвищення рівня знань та отримання практичних навичок з основ підприємництва, зростання зацікавленості у відкритті власного бізнесу на селі.

Ключові слова: сільське господарство, домогосподарство, зайнятість, підприємництво, агротуризм, сім'я, сімейний бізнес, підприємницька активність.

В статье подчеркнут фактор семьи в эффективном развитии аграрного туризма. Определено, что семья является главной движущей силой развития бизнеса. Рассмотрены предпосылки возникновения семейного бизнеса, проанализированы его преимущества и недостатки. Приведены барьеры, сдерживающие развитие семейного предпринимательства. Предложены направления государственной поддержки семейного бизнеса в агротуризме. Сформулирован ряд рекомендаций для членов

семей, которые направлены на повышение эффективности семейного предпринимательства. Акцентируется внимание на необходимости формирования экономической культуры у молодежи, повышения уровня знаний и получения практических навыков по основам предпринимательства, роста заинтересованности в открытии собственного бизнеса на селе.

Ключевые слова: сельское хозяйство, домохозяйство, занятость, предпринимательство, агротуризм, семья, семейный бизнес, предпринимательская активность.

The article emphasizes the factor of the family in the effective development of agrarian tourism. It is determined that the family is the main driving force for business development. The prerequisites for the emergence of a family business are considered, its advantages and disadvantages are analyzed. The barriers that hamper the development of family business are given. Directions of the state support of family business in agro tourism are offered. A number of recommendations for family members aimed at improving the efficiency of family business have been formulated. Attention is focused on the need for the formation of economic culture among young people, raising the level of knowledge and obtaining practical skills on the basics of entrepreneurship, increasing interest in starting their own business in the countryside.

Key words: agriculture, household, employment, entrepreneurship, agro tourism, family, family business, entrepreneurial activity.

УДК 338.48

Дуга В.О.

старший викладач кафедри менеджменту організацій Херсонський інститут ПрАТ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»

Постановка проблеми. Природний, демографічний, економічний потенціал більшості сільських територій є унікальним. Необхідно раціонально використовувати ці ресурси, забезпечувати населення постійною зайнятістю. Варто для кожного сільського району визначати альтернативні види діяльності, які можуть бути конкурентоспроможними, а також залучати додаткові доходи. Для підтримки сільського господарства слід диверсифікувати сільську економіку за допомогою розвитку несільськогосподарських видів діяльності, акцентувати увагу на розвитку малих, сімейних форм господарювання на селі.

Для сільських регіонів нашої країни, що володіють соціокультурним, рекреаційним та екологічним потенціалом, одним з перспективних інноваційних напрямів сталого розвитку сільських територій є аграрний туризм. Цей популярний напрям підприємництва сприяє зниженню соціальної напруженості, зменшує негативні соціальні та екологічні наслідки на селі, завдяки мультиплікативному ефекту створює передумови для сталого розвитку сільських територій.

Європейська практика показує, що розвиток аграрного туризму у формі саме сімейного біз-

несу є великою соціально-економічною програмою щодо переведення частини аграрного населення зі сфери виробництва у сферу послуг. З усіх галузей економіки саме сільське господарство є природним середовищем для розвитку сімейного бізнесу, тому що воно має традиційний характер, залежить від традиційної прихильності людей до життя на селі. Сім'я дає імпульс для розвитку людського потенціалу та економіки аграрних регіонів, зберігає та відтворює культурну спадщину, національну самобутність регіонів, є основою добробуту суспільства та економіки. Тому її роль в економічних процесах, в розвитку агротуризму важко переоцінити.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сімейний бізнес є популярною темою економічних досліджень. Такі науковці, як Г.А. Лех [10], Д.А. Корнілов [4], І.Я. Кулиняк [8], розглядали особливості сімейних фірм, вивчали переваги та недоліки, досвід організації сімейного бізнесу в Україні та за кордоном. Однак багато теоретичних та практичних аспектів використання економічного потенціалу сім'ї ще залишаються не вирішеними (більшість робіт авторів сфокусована на розгляді сімейного бізнесу на прикладі великих компаній,

в них майже не розглядається роль сім'ї в розвитку бізнесу на селі, особливо в агротуризмі).

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття фактору сім'ї в розвитку агротуризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історично склалося, що саме сімейний бізнес є особливо значущим, оскільки сімейне підприємництво було основою економічного життя в минулому і зберегло своє значення досі. У суспільстві складно було уявити підприємця-одинака, бо людина без родинних зв'язків практично не мала шансів на успіх, бізнес вважався справою всієї родини. Людині без родичів не довіряли, тому що не було ніяких гарантій, що вона зможе виконати взяті на себе зобов'язання. В разі невдачі часто тільки сім'я могла надати допомогу у вигляді фінансів, ресурсів і робочої сили. Родинні зв'язки і зараз є одними з найважливіших ресурсів сімейних підприємств, які «витрачаються» в процесі їх роботи фізично і морально, а також забезпечують надійну підтримку власнику бізнесу.

У сучасному суспільстві людина може бути успішною в бізнесі без підтримки сім'ї, вже немає таких обмежень в отриманні ресурсів і налагодженні зв'язків, але її роль у створенні економічної мотивації залишається суттєвою. Сім'я є основою домогосподарства, осередком суспільства, першою формою господарської організації, саме вона є головною рушійною силою формування мотиву до отримання прибутку, фактором довгострокової готовності до праці [6].

Сім'я, яка давно зайняла центральні позиції в демографії, в економіці довгі роки відходила на задній план та не розглядалася як економічна категорія. Серед таких важливих функцій, як репродуктивна, виховна, комунікативна, регулятивна, економічну функцію сім'ї виділяють як одну з основних. Її складовими є організація сімейного споживання, накопичення майна, економне використання домашнього господарства, підготовка майбутніх трудових ресурсів, економічне виховання тощо. При цьому сім'я виступає посередником між індивідом і державою, транслятором фундаментальних цінностей від покоління до покоління.

В економічній науці часто говорять про феноменальний розвиток сімейного підприємництва в сільському господарстві. Стійкість і ефективність сімейного господарства пояснюється орієнтацією не на прибуток, а на потреби сім'ї, високою моральною цінністю праці, екологічністю, а найголовніше високою мотивацією до праці господаря порівняно з найманим працівником. Саме тому стратегічним ресурсом держави повинна стати сім'я та підтримка сімейного бізнесу.

Історично бізнес зароджувався у формі сімейного підприємництва, коли в управлінні підприємством була залучена родина чи члени родини.

У Стародавній Греції термін «економіка» означав «мистецтво ведення домашнього господарства» («ойкос» – будинок, господарство, «номос» – закон) [5]. Відомий німецький економіст і соціолог Макс Вебер ще в 1905 році відзначав, що «спочатку відмінності між сімейним господарством і бізнесом не було. Такий поділ виник поступово на базі середньовічного обліку грошових рахунків <...>, домашні витрати та ділові операції не розділялися» [1].

Особливо «сімейність» розвинена саме в сільському господарстві, де сімейне підприємництво формується у форматі, який зазвичай знаходиться на межі самозайнятості та мікробізнесу. Треба відзначити, що сільське господарство є традиційно пасивною галуззю економіки, розвиток підприємництва у сільській місцевості характеризується, як правило, меншими масштабами діяльності, ніж в міських поселеннях. Відносна ізоляція, невпевненість у захищеності статусу підприємця стримують схильність сільського населення до комерційної діяльності. Аналізуючи стан сільських домогосподарств за результатами Державної служби статистики України, можемо зробити висновок, що, незважаючи на безробіття та наявність ресурсів, сільське населення відсторонюється від ведення бізнесу. Свої потреби домогосподарства задовольняють за рахунок ресурсів, які надходять з різних джерел (рис. 1).

Так, доходи домогосподарств від підприємницької діяльності та самозайнятості незначні: у структурі грошових доходів сільських домогосподарств у I кварталі 2017 року вони становили лише 2,8%, що більше ніж в 10 разів менше, ніж припадає на заробітну плату; у 8 разів менше, ніж пенсії; у 3 рази менше, ніж доходи від продажу сільськогосподарської продукції [2].



Рис. 1. Структура сукупних ресурсів сільських домогосподарств України у I кварталі 2017 року

Переваги та недоліки сімейного бізнесу

Переваги	Недоліки
<i>Для партнерів</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – прагнення підтримання гарних взаємин з партнерами (клієнтами, постачальниками, співробітниками); – високий рівень довіри в стосунках з партнерами; – партнерські відносини надійні та ефективні; – чесність і відданість справі. 	<ul style="list-style-type: none"> – економічні рішення можуть бути складними внаслідок виникнення сімейних конфліктів.
<i>Для споживачів</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – виготовлення продукції, розробка і надання комплексу послуг відповідно до мінливих вимог ринку; – забезпечення ринку тими послугами та товарами, від виробництва яких відмовилися великі фірми внаслідок падіння споживчого попиту; – персональний підхід до якості та сервісу; – швидкість у виконанні замовлень; – легка ідентифікація побажань постійних споживачів; – готовність приймати та пропонувати інноваційні продукти й послуги; – швидке реагування на зміну ринкової кон'юнктури внаслідок індивідуалізації споживчого попиту. 	<ul style="list-style-type: none"> – всі ділові процеси відбуваються у вузькому сімейному колі, яке не передбачає проникнення людей ззовні, а такий підхід, може привести до глибокої консервації бізнесу та поступового угасання; – обмежені маркетингові послуги, не наймання відповідних фахівців, тому немає гарантії, що продукти та послуги будуть продані; – бюджет обмежений для будь-якого виду маркетингу, тому важко досягти поставлених стратегічних цілей, існує залежність від посередників (туроператорів), щоб отримати потенційних клієнтів.
<i>Для членів сім'ї</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – спільна праця зближує всіх членів сім'ї для вирішення загального завдання; – прагнення розкрити таланти та задовольнити потреби великої кількості членів сім'ї; – об'єднання членів родини їх загальносімейними цінностями, такими як майбутній добробут сім'ї, турбота про здоров'я, блага, майбутнє своїх дітей; – відданість спільній справі; – члени сім'ї добре знають один одного, розуміють сильні й слабкі сторони; – поява високої мотивації до ефективної роботи (великий ризик втратити все в разі невдачі); – можливість заздалегідь передбачити й уникнути можливих прогалин у справах, адже члени сім'ї зазвичай в курсі особистих планів один одного; – стійкі емоційні зв'язки; – спільна праця згуртовує і зміцнює сімейний колектив; – краще пізнання один одного в процесі спільної праці; – неможливість дозволити собі працювати абияк, спасувати перед проблемами; – забезпечення роботою тих, кому не просто було б знайти її на загальних умовах, а саме пенсіонерів, студентів, інвалідів; – можливість передання бізнесу у спадок, отже, забезпечення майбутнього дітей; – відсутність шкоди зусиль на освіту і виховання спадкоємців заради збереження сімейної справи; – можливість школярів та підлітків заробити свої перші гроші в сприятливому середовищі; – отримання початкових знань з економіки саме в сім'ї; – розкриття внутрішнього потенціалу особистості; – сприяння саморозвитку кожного члена сім'ї, адже від результату кожного конкретного співробітника залежить показник справи і його репутація загалом; – збереження секретів майстерності (новому поколінню не потрібно починати все з нуля); – самореалізація у трудовій діяльності. 	<ul style="list-style-type: none"> – інтереси сім'ї та бізнесу можуть суперечити один одному; – неперервність роботи; – можливий крах підприємства, якщо в сім'ї немає довіри, а відносини побудовані на диктатурі її голови; – не всі члени сім'ї мають розвинені підприємницькі якості та бажання займатися сімейною справою; – в разі краху бізнесу в борговій ямі може опинитися вся сім'я; – морально важко 24 години на добу залишатися в одному і тому ж середовищі; – важко залишатися об'єктивним під час оцінки як можливостей, так і результатів роботи родича; – слабкий контроль дисципліни; – неможливість уникнення перенесення конфліктів із сімейного побуту в робочу сферу, і навпаки; – сімейні відносини можуть бути зруйновані через фінансові непорозуміння, коли проект починає приносити прибуток, кожному здається, що саме він доклав більше зусиль; – через халатність одного члена сім'ї можуть страждати репутація і рівень доходів інших членів сімейного бізнесу; – авторитет керівника сімейного бізнесу може бути підірваним через слабку дисципліну членів сім'ї та позначатися на невисокій стійкості підприємства в довгостроковій перспективі.

Ті, хто бажають зайнятися підприємницькою діяльністю, повинні враховувати такі переваги та недоліки сімейного бізнесу (табл. 1).

Основними перевагами малого бізнесу в колі сім'ї можна вважати колективну відповідальність усіх членів сім'ї за підсумковий результат їх роботи, бажання інвестувати всі сили та засоби в роботу, тому що для сім'ї – це не просто робота, а справа життя. В сімейному бізнесі все побудовано на довірі та розумінні, члени родини добре знають і краще пізнають один одного в процесі спільної діяльності. Вони довіряють один одному, оскільки родичів пов'язують не стільки матеріальні блага, скільки загальний економічний інтерес, умови праці та побуту, спільні цілі та відданість родині [12].

Історично успіх сімейного підприємництва визначався особливою культурою ведення справ та взаємною довірою. З родинним бізнесом було вигідно і зручно мати справу, оскільки завдяки вірності традиціям партнери по бізнесу могли бути впевнені в довгостроковому співробітництві.

За умови використання енергоощадних технологій, високопродуктивних тварин, налагодженої системи кооперації малі сімейні підприємства можуть забезпечити економічні показники, які можна порівняти з ефективністю виробництва на великих комплексах. Технологічні інновації в індустрії туризму, лібералізація ринку, глобалізація відкривають нові можливості саме для сімейних агротуристичних підприємств, тому що ніші ринків, які часто ігноруються великими підприємствами, пропонують можливості для зростання малого сімейного бізнесу.

Будь-який сімейний бізнес має низку недоліків. Елементарна некомпетентність, надмірна лояльність і недисциплінованість можуть сильно нашкодити сімейному бізнесу, назавжди підірвавши його репутацію. Успіх бізнесу безпосередньо залежить від добробуту в сім'ї, від взаємин між подружжям, тому часто проблеми у стосунках між подружжям ведуть до занепаду бізнесу.

Бар'єри, що стримують розвиток сімейного підприємства, виявляються на мікро- і макрорівнях. Основними перешкодами на шляху до розвитку стають корупція, податковий прес, відсутність механізмів взаємодії бізнесу і державних органів, низький рівень правової культури керівників підприємств тощо. Сімейні підприємства відчувають труднощі, викликані високою невизначеністю і нестабільністю економічного середовища, відсутністю державної підтримки. Підприємницька ініціатива стикається з величезною кількістю адміністративних бар'єрів. У батьків-бізнесменів відсутнє прагнення перекладати цей важкий «тягар» на плечі дітей.

З урахуванням переваг і недоліків, бар'єрів, що стримують розвиток сімейного бізнесу, доцільно

запропонувати напрями державної підтримки сімейного підприємства, сформувані низку рекомендацій для членів родин, спрямованих на запобігання типових причин невдач у сімейному бізнесі (рис. 2).

Від самого початку заснування сімейного бізнесу варто прищепити кожному члену сім'ї розуміння, що родинна репутація – це капітал, головна цінність. Родині також буде набагато простіше розпочати свою справу, якщо сформується ефективний професійний «союз». Наприклад, в агротуризмі з метою пропонування туру «Вихідні на сільському подвір'ї» спільно можуть надавати послуги ветеринар і працівник культури чи агроном і педагог. На початковому етапі потрібні правильний розрахунок необхідних витрат, їх розумна економія. Щоб уникнути непорозуміння, необхідно періодично повідомляти, на які цілі витрачається прибуток від сімейної справи, дотримуватись принципу прозорості бізнесу. Не можна силою залучати дітей до сімейної справи, це повинен бути особистий вибір кожного [3].

Виділяють такі напрями державної підтримки сімейного підприємства:

- офіційна статистика, моніторинг поточного стану сімейного бізнесу (виявлення сфер діяльності, що представляють інтерес для потенційних споживачів, але ще не охоплені сімейним бізнесом; визначення пріоритетних напрямів розвитку сімейного бізнесу);

- розробка на державному, регіональному і місцевому рівнях програм, спрямованих на зростання числа сімейних підприємств, з урахуванням пріоритетних напрямів розвитку конкретного регіону;

- формування сучасної правової бази, забезпечення сильних правових гарантій свободи підприємства, їх безумовне виконання;

- усунення бюрократичних перешкод;

- перегляд особливостей оподаткування доходів від даного виду діяльності, надання податкових пільг, скорочення податкового навантаження в кризовий для сімейної справи період (сімейні підприємства, які отримують дохід від агротуристичної діяльності, дотримуються відповідних законодавчих вимог, встановлених критеріїв та міжнародних стандартів, можуть звільнятися від сплати податку з цього доходу);

- фінансова підтримка в тих сферах, де потрібні значні матеріальні ресурси (фермерам, які займаються органічним виробництвом; компенсація витрат на елітне насінництво, придбання дизельного палива, техніки, будівництво тваринницьких комплексів);

- розвиток мікрофінансових інститутів, а саме кредитних кооперативів, товариств взаємного кредитування, інших небанківських кредитних установ;

- удосконалення інфраструктури регіону на умовах приватно-державного партнерства, забез-

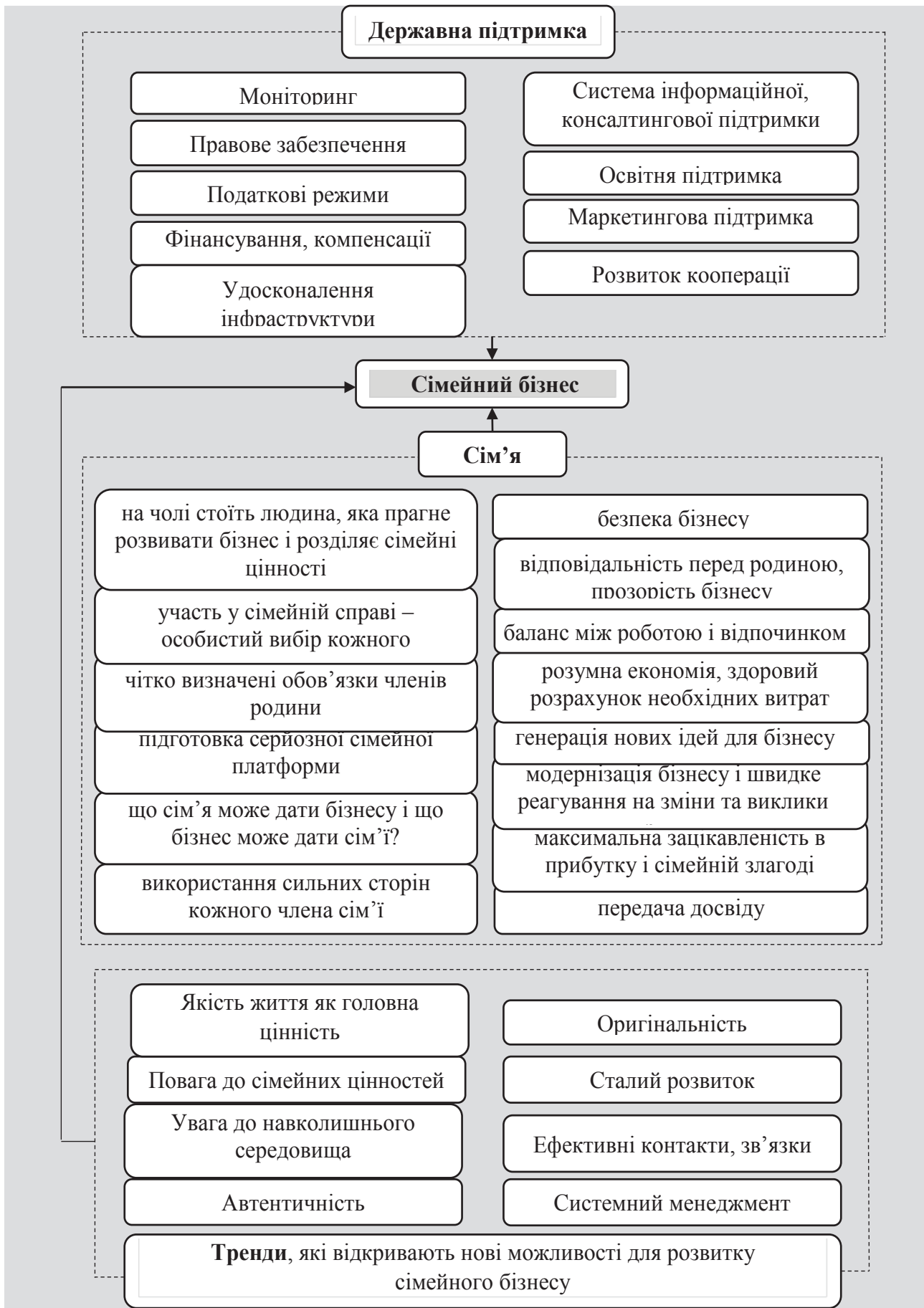


Рис. 2. Заходи та рекомендації щодо розвитку сімейного бізнесу

печення можливості отримання гідної освіти, медичних та інших соціально-побутових послуг;

- сприяння різним формам кооперації, зокрема збутовій, постачальницькій, інформаційній, правовій;

- формування системи інформаційної, консалтингової підтримки;

- освітня підтримка суб'єктів сімейного підприємництва (навчання і підвищення кваліфікації, вільний доступ до системи освіти, створення бізнес-центрів у кожному регіоні, залучення наявних освітніх установ економічного профілю до проведення курсів з організації бізнесу, організація стажувань представників сімейного бізнесу за кордоном);

- маркетингова підтримка (сприяння у сфері виставкової та ярмаркової діяльності, в постійному розширенні клієнтських баз, цілеспрямованому просуванні послуг, активізації PR-діяльності).

Тільки завдяки ефективному партнерству сім'ї та держави, врахуванню сучасних світових трендів, які відкривають нові можливості для розвитку сімейного бізнесу, можна досягти високих результатів. В Україні потрібно змінити психологію розвитку сільської місцевості, агротуризм є лише одним із прикладів, як це можна зробити. Він є як сучасною формою розвитку туризму, так і способом стабілізації сільського господарства. Цей вид зайнятості враховує специфічні особливості сільської місцевості, традиційний спосіб життя, створює сприятливе середовище для розвитку різноманітних видів несільськогосподарської діяльності. Розвиток агротуризму дає змогу організувати не просто підприємницьку діяльність, а сімейну справу, до якої будуть залучені всі члени сім'ї з природним розподілом ролей. Так, чоловіки можуть бути відповідальними за пошук і розміщення туристів, організацію дозвілля, пізнавальних екскурсій, можуть бути наставниками в рамках обробки землі чи догляду за тваринами. Жінки можуть підтримувати порядок в садібі, організувати харчування. Інші члени сім'ї можуть допомагати в сільськогосподарських роботах на присадибній ділянці, це дасть змогу збільшити доходи шляхом пропозиції туристам екологічно чистих продуктів харчування. Діти залежно від віку можуть виконувати посильні завдання поряд з батьками, а саме поливати овочеві культури, годувати домашню худобу, грати в ігри з дітьми туристів.

Діяльність з надання туристичних послуг вимагає від сільської родини наявності певних знань та навичок. Члени сім'ї повинні мати знання, необхідні для раціонального господарювання, вміти ефективно використовувати земельні ділянки та інші ресурси домогосподарства. Проблемою є відсутність необхідних знань і практичних навичок в галузі підприємницької діяльності насамперед у молодших поколінь. З метою виховання

економічної культури, розвитку здатності правильного розуміння соціально-економічних процесів потрібно навчати основам економічних знань уже в шкільному віці. Однією з форм економічної освіти є сімейна економіка. Допомагаючи вести домашнє господарство, діти занурюються в економічні реалії. Батьки повинні посвятити їх у питання сімейного господарства, адже саме в дитинстві і юності формуються ставлення до грошей, витрат, усвідомлення виникнення потреб та шляхів їх задоволення.

Сформувавши уявлення про сутність і особливості підприємництва як особливого виду діяльності допоможуть інтегровані заняття з підприємницьким «нахилом», діяльність шкільних клубів підприємництва, впровадження таких курсів, як «Фінансова грамотність», «Економіка сім'ї», «Академія підприємництва». Передбачуваним результатом курсів є готовність дітей допомагати батькам вести домашнє господарство, сімейний бізнес [11].

Ні батькам, ні школі не варто виховувати дітей з позиції «тепличного» підходу, в рамках якого розвивається тільки безпорадність перед реальним життям. Цю думку підтримує і колектив економічного факультету Херсонського державного аграрного університету, який протягом літніх канікул залучає учнів шкіл міста та області до «Літньої школи економіки ХДАУ» [10]. Результативним, на нашу думку, може бути впровадження в цьому університеті курсу, спрямованого на обов'язкову взаємодію дітей та батьків, а саме курсу «Відкриті родинні студії», який може проходити під час зимових канікул, коли діти та батьки з сільської місцевості не так завантажені роботою. Вони можуть розробити спільно з батьками бізнес-план заснування сімейної справи (вирощування та продаж органічної продукції, аграрний, винний, гастрономічний туризм тощо) або отримати сучасні додаткові знання для ефективного розвитку справи, що вже функціонує. Для проведення занять варто запросити кращих експертів, дати можливість безпосередньо спілкуватися з власниками сімейних компаній.

Висновки з проведеного дослідження. Про переваги сімейного бізнесу можна говорити тільки в тому разі, якщо він правильно організований, успішно розвивається, а всі особи, залучені до нього, задоволені результатами. Найпривабливішими характеристиками сімейного бізнесу є прагнення до самореалізації, спільні цілі та плани, любов до справи, націленість на довгострокову роботу, орієнтація на якість і відповідність запитам конкретної спільноти.

Відродження сімейного бізнесу сприяє активізації економічної поведінки, дає можливість більш оптимально використовувати наявний фінансовий, культурний капітал, швидше адаптуватися до соціально-агресивних ринкових умов з вихо-

дом на новий економічний простір. Його розвиток здатний зробити економічно вигідною і значущою велику сім'ю. Сімейний бізнес також допоможе прискорити розвиток невеликих міст і сіл, утримати жителів від міграції у великі міста, позитивно вплинути на довіру і моральність в суспільстві. Напрями активізації підприємницької діяльності вимагають обов'язкового комплексного підходу до розвитку територій, чіткої взаємодії органів влади в розробці, узгодженні та реалізації регіональної та місцевої стратегії розвитку економіки. Тільки за цих умов сім'я може стати вирішальним фактором у розвитку агротуризму.

Надалі вважаємо за необхідне проаналізувати особливості бізнесу в контексті сімейних господарств у світовому масштабі, постійно шукати та поетапно розробляти ідеальну модель розвитку власної справи, тобто з нуля створювати український сімейний агробізнес, який, цілком ймовірно, зможе стати національним агробрендом [7].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения. Москва: Прогресс, 2000. 258 с.
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у I кварталі 2017 року. Державна служба статистики України. 2017. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm.
3. Від батька до сина: особливості сімейного бізнесу. URL: http://ipress.ua/articles/simeynyy_biznes_21606.html.
4. Зайцева Н.С., Корнилов Д.А. Роль семьи в развитии сельского предпринимательства. Аэкономика. 2014. № 2(2). URL: <http://aeconomy.ru/science/economy/rol-semi-v-razvitii-selskogo-predpr>.
5. Золотих І.Б. Історія економічних вчень: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 186 с.
6. Кизима Т.О. Домогосподарство як елемент економічної системи: сутність, еволюція та функції в умовах ринку. Вісник ТНЕУ. 2008. № 3. С. 22–33. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
7. Кирилов Ю.Є. Бренд країни в глобалізованому світі. Херсон: Грінь Д.С., 2013. 156 с.
8. Кулиняк І.Я., Кошик О.В. Сімейний бізнес: сутність поняття. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.9. С. 390–394.
9. Лех Г.А. Світовий досвід розвитку сімейного бізнесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.12. С. 216–221.
10. Літня школа економіки ХДАУ URL: <http://www.ksau.kherson.ua/news/2203-20170612-7.html>.
11. От экономики семьи – к обучению основам бизнеса: материалы из опыта работы ГУО «Луженская базовая школа Витебского района». Витебск: ГУДОВ «ВО ИРО», 2017. 63 с.
12. Сімейний бізнес: можливості і ризики URL: <http://www.innovations.com.ua/ua/articles/14006/temp>.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ СВІДОМОСТІ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

EVALUATION METHOD OF CORPORATE CONSCIOUSNESS LEVEL AND ITS IMPACT ON PERSONNEL MANAGEMENT

У статті розглянуто особливості розвитку корпоративної свідомості в Україні. Корпоративна свідомість є основою для розуміння сучасної тенденції розвитку підприємств. Проаналізовано ставлення персоналу та керівників підприємств галузі до корпоративної свідомості. Визначено закономірності рівня корпоративної свідомості залежно від фази життєвого циклу підприємства. Розкрито характерні риси корпоративної свідомості персоналу залежно від стадії розвитку підприємств.

Ключові слова: корпоративна свідомість, підприємство, персонал, методика оцінки, морально-психологічний клімат.

В статье рассмотрены особенности развития корпоративной сознательности в Украине. Корпоративная сознательность является основой для понимания современной тенденции развития предприятий. Проанализировано отношение персонала и руководителей предприятий отрасли к корпоративной сознательности. Определены

закономерности уровня корпоративной сознательности в зависимости от фазы жизненного цикла предприятия. Раскрыты характерные черты корпоративной сознательности персонала в зависимости от стадии развития предприятий.

Ключевые слова: корпоративная сознательность, предприятие, персонал, методика оценки, морально-психологический климат.

Specifics of corporate consciousness development in Ukraine are discussed in this article. Corporate consciousness serves as a framework for understanding the current trend within enterprises. Attitude of staff and managers of the industry enterprises towards corporate consciousness was analyzed. Patterns of corporate consciousness condition depending on enterprise life-cycle phase were determined. Specific features of corporate consciousness in the industry in relation to the enterprise development stage are described in this article.

Key words: corporate consciousness, enterprise, staff, assessment method, staff morale.

УДК 331.108.26

Зеркаль А.В.

к. е. н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Класичний приватний університет

Постановка проблеми. Основні підходи до аналізу впливу корпоративної свідомості на економічні показники діяльності підприємства, зокрема на формування інтелектуального капіталу, мають переважно описовий характер, недостатньо вивчені та адаптовані до реалій функціонування українських підприємств, а також не дають змогу рядовим працівникам зрозуміти ті принципи, які закладаються в її основу. Для керівників виникає проблема перетворення словесних характеристик корпоративної свідомості на цифрові значення та їх графічне зображення, що полегшує процес розроблення та реалізації управлінських рішень. Корпоративна свідомість є тим елементом підприємства, що дає змогу зробити бізнес-ідею реалізованою та інноваційною, добитися ефективної роботи та отримати перевагу від інтелектуальної власності. Ринкова привабливість підприємства залежить від наявності корпоративної свідомості, яка допомагає впорядковувати та забезпечувати використання новітніх творчих методів управління. Таким чином, корпоративна свідомість може впливати на соціально-економічні параметри функціонування підприємства, його імідж, а також є важливим резервом зростання економічної ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні питання застосування корпоративної свідомості з метою ефективного управління персоналом розглядаються закордонними авторами, такими як К.Т. Квантес, Ш. Глей-

зер, [2], Ш. Видж [1], однак не існує методики, яка дає змогу оцінити рівень корпоративної свідомості за багатьма аспектами.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка методики оцінки рівня корпоративної свідомості та її впливу на управління персоналом підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративну свідомість дуже важко оцінити, оскільки для цього потрібні значні фінансові та людські ресурси, зокрема ресурси на розробку методів вимірювання; поширення анкет, за допомогою яких буде проводитися опитування; оплату часу на заповнення відповідних анкет; обробку результатів опитування; оплату труда виконавцям. З одного боку, керівники зацікавлені у виявленні основних напрямів підвищення ефективності діяльності, яка буде забезпечувати соціально-економічний розвиток, а з іншого боку, брак фінансових ресурсів гальмує введення останніх розробок науки і техніки в господарську діяльність. Тому доцільно представити вирішення цієї проблеми. Так, методика оцінки корпоративної свідомості підприємства повинна відповідати таким вимогам:

- заснована на реальних даних;
- розробляється для досягнення цілей менеджменту підприємства;
- використовується спеціальна термінологія для опису параметрів на економічному рівні;
- корелюється з основними економічними результатами діяльності підприємства;

– є зручною для застосування на всіх рівнях управління та сприйнятливості для різних категорій персоналу;

– має можливість перетворення отриманих цифрових результатів на графічне зображення, що дає змогу легко сприймати результати;

– мінімізує витрати під час розроблення та реалізації методів.

В сучасних умовах господарювання з урахуванням розроблених вимог можна очікувати, що розроблена методика практично буде застосована і підвищить ефективність управління процесом. Адже метою дослідження стає визначення компонент корпоративної свідомості та обґрунтування рівня корпоративної свідомості на основі розробки певної методики.

Спеціальна анкета дає змогу вимірювати рівень корпоративної свідомості. Анкета включає 40 тверджень, які характеризують окремі елементи корпоративної свідомості (корпоративні цінності та принципи, філософія підприємства, правила гри, групові норми, поведінкові стереотипи, тип думки, лінгвістичні парадигми, морально-психологічний клімат, наявний практичний досвід). Кожне твердження можна оцінити за п'ятибальною шкалою, причому «1» – це мінімальний бал, який означає «повністю не погоджуюсь», «5» – максимальний бал, який означає «повністю згоден». Анкети заповнюються керівниками всіх рівнів управління, результати підраховуються і переводяться у графічну шкалу, яка дає можливість наочно простежити зміни в підприємстві за декілька років або порівняти рівень корпоративної свідомості з підприємствами-конкурентами. В обох випадках є можливість виявити «слабкі місця», недоробки або, навпаки, переваги та поліпшення, які відбуваються на підприємстві.

Максимальне значення по кожній з груп параметрів дорівнює 25 (тверджень в кожній групі параметрів 5, а максимальний бал складає 5). Методика передбачає, що результати оцінювання графічно можна як представити в абсолютному вигляді, так і перераховувати у відносні величини. Так, 100% по кожній групі параметрів можна отримати, якщо набрано максимальний рівень балів (25). Отримані результати дають змогу значно спростити впізнавання корпоративної свідомості як ефективного інструмента для підвищення організаційної ефективності.

Більш детально розглянемо компоненти корпоративної свідомості, які можна розподілити на базовий рівень, проміжний рівень та рівень надбудови. До базового рівня відносять корпоративні цінності та принципи, філософію підприємства, правила гри, групові норми, поведінкові стереотипи; до проміжного рівня – тип мислення, ментальні моделі та лінгвістичні парадигми, а також морально-психологічний

клімат; до рівня надбудови – наявний практичний досвід колективу.

Корпоративні цінності та принципи є базовою величиною, яка характеризує корпоративну свідомість з кількісної сторони, тобто це чисельність працівників, які прийняли принципи та цінності. Цінності орієнтують, яку поведінку можна вважати допустимою та етичною, а також допомагають зрозуміти людині, якої поведінки вона повинна дотримуватися.

Філософія підприємства характеризує основні правила бізнесу, які орієнтують працівників на досягнення ефективності діяльності як за рахунок внутрішньої взаємодії, так і на основі створення сприятливих відносин із зовнішніми контрагентами. Філософія підприємства з'явилась на японських підприємствах, отримавши з часом поширення на розвинених підприємствах, які документально оформляли свій підхід як для співробітників, так і для клієнтів.

Також формально зафіксований елемент корпоративної свідомості – це правила гри, які обумовлюють закріплений порядок дій співробітників один з одним та клієнтами, наприклад, у вигляді таких документів, як «Правила ведення телефонних переговорів на підприємстві», «Правила поведінки клієнтів», «Інформаційні зв'язки персоналу підприємства», але здебільшого правила гри не зафіксовані документально та є прийнятими моделями поведінки в межах окремого підприємства.

Групові норми розроблені колективом і прийняті підприємствами. Наприклад, робочим групам належать такі стандарти та цінності, як конкретна норма «повної денної продуктивності за повну заробітну плату», яка виникла на робочих ділянках підприємства.

Поведінкові стереотипи під час взаємодії людей – це мова, яка використовується ними, традиції, яких вони дотримуються, ритуали, які здійснюються ними в певних ситуаціях, тобто це те, на підставі чого ціннісні орієнтації передаються працівникам підприємства. Зазвичай характеризують історію підприємства та відношення його співробітників до важливих подій (наприклад, проведено зустрічей у строго відведений час).

Тип мислення, ментальні моделі та лінгвістичні парадигми – прийняті когнітивні та лінгвістичні системи, які визначають розуміння, мислення та мову, використовуються членами колективу і передаються новим членам на етапі їх соціалізації. Також це «базові метафори» або інтеграційні символи, а саме ідеї, образи та почуття, які розроблені групою для самовизначення, які не завжди оцінюються свідомо, але знаходять відображення в установах, офісній структурі та інших матеріальних аспектах сутності колективу.

Морально-психологічний клімат орієнтує членів колективу на ефективність виконання трудо-

вих функцій та сприяння процесу впливу групової взаємодії на кінцеві результати діяльності підприємства. Психологічний клімат у колективі є визначальним фактором під час досягнення поставлених цілей і якості роботи як певного підрозділу, так і підприємства загалом. Він визначається психологічною сумісністю членів колективу, рівнем мотивації роботи, стилем керівництва, політикою відносин адміністрації та підпорядкованих тощо.

Сутність практичного досвіду передається від одного покоління іншому, накопичує той інтелектуальний капітал, який дає змогу говорити про інноваційність бізнесу та підвищення ролі людського капіталу у створенні нової вартості. Досвід персоналу набувається лише тоді, коли новий співробітник вдало пройшов адаптацію та первинне навчання на робочому місці.

На прикладі функціонування двох підприємств проведемо оцінку рівня корпоративної свідомості. Опитування проведено в 2017 році. В ньому взяли участь 20 керівників від кожного підприємства.

Згідно з даними опитаних керівників щодо стану основних компонентів корпоративної свідомості на підприємстві домінуючі позиції займають філософія підприємства (75%), корпоративні цінності та принципи (70%), що більшою мірою обумовлене відносно довгим існуванням підприємства на ринку (значний досвід спілкування з клієнтами тощо), традиції, що регламентують поведінку як всередині підприємства (організація праці, відносини між співробітниками, керівниками та підлеглими тощо), так і з суб'єктами зовнішнього середовища (клієнти, постачальники).

Висока оцінка корпоративних принципів та цінностей респондентами дає змогу встановити, що працівники підприємства переважно приймають наявні стереотипи поведінки, а налагоджена філософія свідчить про ясність місії та цілі підприємства. Відкритість стратегії підприємства для його співробітників дає змогу працівникам бути в курсі основних подій та поточного стану речей на підприємстві, отже, співробітники обізнані про політику щодо цінових, торговельних, рекламних аспектів діяльності.

Правила гри, які склалися на підприємстві, володіють менш значною загальною вагою в загальній оцінці (55%), адже, незважаючи на відсутність документально закріпленого «Кодексу етики на підприємстві» (який регулює поведінку як всередині підприємства, так і з клієнтами, діловими партнерами, конкурентами, державою, суспільством), правила ці діють досить успішно.

Хоча окремі аспекти правил гри все ж таки чітко регулюються та оформлені документально, що обумовлене досить тривалою діяльністю підприємства. Через специфіку діяльності керівництво під час прийняття рішень спирається на думку провідних спеціалістів підприємства (економістів,

маркетологів тощо), тобто превалює змішаний стиль управління.

Більшість працівників підприємства володіє високою лояльністю та прихильністю до свого робочого місця, отже, більша частина трудового колективу є постійним персоналом. Практика також показує, що працівники, які приходять на підприємство з іншого місця роботи, легко вливаються в колектив завдяки позитивному морально-психологічному клімату (60%). Низький рівень виникнення конфліктних ситуацій на підприємстві є результатом спільних корпоративних заходів у вигляді свят, спільних тренінгів та семінарів, виїздів на екскурсії тощо, що сприяє згуртуванню колективу.

Групові норми (65%) виражені переважно через сприяння працівникам додатковими перевагами нематеріального характеру, такими як, зокрема, надання безкоштовного відпочинку на власній туристичній базі підприємства, безкоштовне навчання, подарунки на свята для співробітників та їхніх дітей, допомога з оплатою кредитування житла. Матеріальні виплати до ювілею співробітника (50, 60, 70 років), а також працівники підприємства отримують надбавки до заробітної плати кожні три, п'ять, десять років. Метою цього є утримання персоналу в рамках підприємництва шляхом надання програми поживлення на кілька років вперед. Загалом заохочення особистості співробітника, постійне прагнення до його вдосконалення, участь працівників у розподілі прибутку сприяють створенню на підприємстві корпоративної свідомості «усвідомлення причетності».

Підприємству А притаманні такі корпоративні елементи, як тип мислення (55%), символи, організаційні церемонії. Ці цінності підтримуються та розробляються співробітниками, кожен працівник повинен розділяти їх або бути лояльним по відношенню до них. На підприємстві практикується роздача подарунків своїм клієнтам та діловим партнерам у вигляді сувенірів з логотипом та символікою підприємства. Теж саме можна сказати і про продукцію. На серійних виробках також часто присутні корпоративні елементи.

Що стосується корпоративної свідомості підприємства, то основні принципи на підприємстві спрямовані на застосування інновацій у своїй діяльності, орієнтацію на рентабельний ріст, професійний ріст співробітників, фокусування на цілі підприємства.

Тут філософія (45%) не має концептуального характеру, керівництвом підприємства документально не підтверджені основні підходи до управління кадрами, які притаманні підприємствам з більш високим рівнем корпоративної свідомості. Так, наприклад, не практикуються надання офіційних додаткових виплат, соціальне страхування, медичне обслуговування, оплата навчання тощо.

Додаткова винагорода працівників здійснюється шляхом випуску додаткових виплат до заробітної плати «в конверті».

Практичний досвід персоналу (78%) відповідає високому рівню корпоративної свідомості. Практичні та теоретичні переваги на підприємстві не тільки містяться в «головах» співробітників, але й реалізуються в програмному, інформаційному, технологічному забезпеченні завдяки ноу-хау та іншим інноваціям.

Поведінкові стереотипи (55%) мають середнє значення, оскільки підтверджені відповіді на запитання про корпоративні свята, легке узгодження проєктів у різних функціональних підрозділах перекриваються негативними відповідями щодо існування практики загострення конфліктів у разі їх виникнення.

Слабкою ланкою корпоративної свідомості підприємства Б є тип мислення, який знаходиться на рівні лише 30%, адже в межах наявної корпоративної свідомості, на жаль, практично не розроблені когнітивні та лінгвістичні системи, які не виявили себе через вираження в корпоративній символіці. На підприємстві не існує речей з логотипами підприємства, крім фірмових бланків.

Проміжний рівень корпоративної свідомості є більш вивченим і виражається через тип думки та морально-психологічного клімату колективу. Зрештою, мікроклімат групи виступає тією основою, за допомогою якої відбувається побудова групової ефективності, але корпоративне розташування духу та мотивація в реалізації намічених цілей викликає гордість та почесність з боку пер-

соналу та надає сприяння підвищенню результативності діяльності всього підприємства. Сформований позитивний імідж та соціально орієнтовані PR-технології повинні сприяти зростанню доходів, продажів і долі ринку. Ринково орієнтована стратегія підприємства є гарантією ефективної діяльності та економічної стабільності на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Практика свідчить про те, що, незважаючи на певні витрати, використання результатів методики оцінки корпоративної свідомості підвищує задоволення працівників та їх лояльність до підприємства. Крім менеджерів по персоналу, методика може бути корисна і для адміністрації, і для швидкого прийняття управлінського рішення, і для зовнішніх консультантів для проведення моніторингу. Методика дасть змогу формулювати коротко-, середньо- та довгострокові цілі відповідно до пріоритетних результатів на кожному етапі життєвого циклу підприємства. Загалом методика відповідає тим вимогам, які визначаються на етапі початкової розробки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Vij Sh. Moral Fiber: Awakening Corporate Consciousness. 2017. URL: <https://www.amazon.com/Moral-Fiber-Awakening-Corporate-Consciousness/dp/1619616297>.
2. Kwantes C.T., Glazer S. Cross-Cultural Competence and Cultural Intelligence in the Workplace. Culture, Organizations, and Work. Springer Briefs in Psychology. Springer, Cham. 2017. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-47662-9>.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

SOCIAL NETWORKS AS MODERN INSTRUMENT OF INTERNET-MARKETING

УДК 339.138:658.8

Крайнюченко О.Ф.

к. е. н., доцент кафедри маркетингу
Національний університет харчових технологій

Капінус Л.В.

к. е. н., доцент кафедри маркетингу
Національний університет харчових технологій

Шлапак Ю.С.

студентка
Національний університет харчових технологій

У статті розглянуто сутність та значення соціальних мереж для ведення електронного бізнесу. Проаналізовано популярні соціальні мережі в Україні. Охарактеризовано основні інструменти для аналізу діяльності в мережі Інтернет. Авторами запропоновано рекомендації щодо використання можливостей соціальних мереж для ефективного ведення комерційної та маркетингової діяльності в інтернет-просторі. За результатами досліджень визначено необхідний комплекс дій, який має передувати запуску SMM-кампанії.

Ключові слова: соціальна мережа, просування, вірусне охоплення, соціальний маркетинг, інтернет-маркетинг.

В статье рассмотрены сущность и значение социальных сетей для ведения электронного бизнеса. Проанализированы популярные социальные сети в Украине. Охарактеризованы основные инструменты анализа деятельности в сети Интернет. Авторами предложены рекомендации относительно использования возможно-

стей социальных сетей для эффективного ведения коммерческой и маркетинговой деятельности в интернет-пространстве. По результатам исследований определен необходимый комплекс действий, который должен предшествовать запуску SMM-кампании.

Ключевые слова: социальная сеть, продвижение, вирусный охват, социальный маркетинг, интернет-маркетинг.

Essence and importance of social networks for conducting of electronic business is considered in the article. Popular social networks in Ukraine are analyzed. Basic instruments for the activity analysis in the Internet are described. Authors proposed recommendations for the effective carrying out commercial and marketing activities in the Internet. Research findings identified the required set of actions that should precede the launch of the SMM campaign.

Key words: social network, promotion, viral coverage, social marketing, Internet-marketing.

Постановка проблеми. Сьогодні популяризація мережі Інтернет привела до появи нового інструмента ведення бізнесу, такого як соціальні мережі. Дослідження, проведене компанією "Factum Group Ukraine" на замовлення інтернет-асоціації України, свідчить про те, що 62% українців у віці понад 15 років користуються Інтернетом. Порівняно з даними вересня 2015 року кількість інтернет-користувачів зросла на 7% (з 58%) [8].

Найпопулярнішою причиною користування Інтернетом серед українців залишається підвищена зацікавленість соціальними мережами. У 2016 році більшість українських онлайн-покупців продовжила користуватися торговими майданчиками та сайтами з оголошеннями. Одночасно спостерігається інтерес до покупок через соціальні мережі. Про це свідчать результати дослідження онлайн-торгівлі України, яке здійснила "GfK Ukraine" [5]. З кожним роком зростає кількість українських аккаунтів у соціальних мережах, а також збільшується кількість покупок за допомогою онлайн-ресурсів.

Дослідження поведінки споживачів в соціальних медіа показали, що користувачі мережі довіряють залишеним відгукам, порадам «соціальних» друзів щодо товару (послуги), тому думка інших людей в соціальних мережах іноді стає впливовішою та важливішою, аніж власна. Такі тенденції використання соціальних мереж сприяють розробленню маркетингових планів та комплексу інтернет-маркетингу для просування товарів підприємств серед цільової аудиторії, а питання застосування та ефективного використання

SMM-кампаній є досить важливим та актуальним в сучасному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питаннями ефективності використання інструментів інтернет-маркетингу, зокрема соціальних мереж, займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, наприклад І.С. Ашманов, Ф.Ю. Вірін, Є.О. Голишева, О.Ф. Грищенко, Д. Ледфорд, М. Тайлер [1–4; 7]. Проте деякі питання залишаються невирішеними і потребують додаткового опрацювання. Нині не розробленими є теоретично-практичні основи специфіки ведення бізнесу та маркетингової діяльності підприємства в мережі Інтернет залежно від типу соціальних мереж.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування теоретично-практичних засад і розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності використання соціальних мереж як інструмента інтернет-маркетингу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині соціальні мережі відкривають перед суб'єктами підприємницької діяльності багато перспективних можливостей для залучення потенційних клієнтів, збільшення обсягів продажу та створення позитивного іміджу. Цей інструмент має низку переваг як серед традиційних маркетингових інструментів, так і перед іншими інструментами онлайн-просування, такими як, зокрема, банерна та вірусна реклама, пошукова оптимізація сайту, e-mail-маркетинг, ведення блогів. Саме тому більшість практикуючих маркетологів віддають перевагу соціальним мережам як ефективному інструменту електронного бізнесу [4].

Сутність поняття «соціальна мережа» відображено у запропонованому авторами трактуванні: це згруповане за будь-якою ознакою на базі певного сайту співтовариство інтернет-користувачів, об'єднаних незалежно від їхнього географічного розташування.

Потрібно брати до уваги те, що цільова аудиторія в соціальних мережах дещо відрізняється від звичайної аудиторії підприємства. Різні за віком, стилем життя, соціальним статусом люди можуть об'єднуватись в інтернет-спільноти.

Активне використання соціальних мереж у комунікаційних цілях зумовило появу нового виду маркетингу, такого як Social Media Marketing (SMM). SMM-маркетинг передбачає ведення бізнесу шляхом залучення додаткової уваги потенційних споживачів до політики та місії компанії, бренда, продукції та послуг підприємства за допомогою соціальних мереж в Інтернеті. Така діяльність приносить підприємству додатковий трафік та збільшує охоплення цільової аудиторії.

Соціальні мережі як інструмент маркетингових інтернет-комунікацій для подальшого розвитку може використовувати як маленьке підприємство, так і потужна міжнародна компанія. Немає обмежень і щодо галузі, в якій підприємство веде свою діяльність. Будь-яка галузь може бути представлена публічно для мільйонів користувачів.

Для ефективного ведення маркетингу в соціальних мережах можна використовувати платну і безплатну рекламу, банери, таргетинг, заплановані публікації, а також підтримувати постійні стосунки з наявними та потенційними клієнтами.

Активне спілкування з аудиторією дає можливість чітко розуміти портрет споживача, його вік, стать, доходи, вподобання, побажання, інтереси, громадську позицію тощо. Одразу можна дізнатися про слабкі сторони користувачів через коментарі та в майбутньому враховувати їх під час розроблення комплексу інтернет-комунікацій. Активні інтернет-користувачі зазвичай започатковують тренди, яким потім буде легше відповідати, оскільки компанія вже встигне відкоригувати свій контент та внести зміни у ведення бізнесу відповідно до запитів, які тільки зароджуються на ринку.

Також користувачі дуже легко йдуть на контакт через залучення їх в різних челенджах, згадування в публікаціях, поширення цікавої інформації, що спонукає відвідувачів соціальної мережі натискати позначення «подобається», тощо. Чим більше контент компанії поширюється по соціальним мережам, тим вище рівень впізнаваності її бренда. Так, потенційний клієнт зможе безліч разів побачити публікацію на сторінках своїх знайомих або в улюбленій групі.

Неякісний контент може бути причиною низької активності користувачів та передплатників. За якістю контенту та його унікальністю потрібно

слідкувати щодня. Для зростання лояльності аудиторії та її кількості варто постійно забезпечувати активність на сторінці платформи або в групі. Контент з наповнення повинен бути цікавим та вірусним, легким для сприйняття його цільовою аудиторією.

Активність в соціальних мережах завжди підвищують різноманітні квести, вікторини, конкурси та розіграші, пов'язані з діяльністю компанії. Одним з неписаних правил є включення в наповнення сторінки спонукань аудиторії до певної дії або провакаційних запитань.

Не варто забувати про рекламу у відомих спільнотах соціальної мережі, яку було вибрано. Така реклама значно пришвидшить збільшення кількості передплатників, користувачів сторінки або сайту, а також підвищить впізнаваність бренда. Бюджет рекламної кампанії залежить від кількості користувачів сторінки, у якій купується пост.

Для того щоб максимально ефективно використати кошти на проведення будь-якої рекламної кампанії, варто акцентувати увагу на такому інструменті, як таргетинг, що дає змогу підвищувати ефективність реклами шляхом націлення рекламного звернення на конкретну аудиторію з визначеними інтересами, родом занять, конкретним місцем проживанням тощо.

Таргетована реклама є безоплатною або платною залежно від політики соціальної мережі. Послуги з розміщення такої реклами є практично в усіх соціальних мережах. Це зручний інструмент, яким можна користуватись самостійно, без сторонньої допомоги, доклавши мінімум зусиль. Таргет-реклама більше підходить для B2C-сектору, але є безліч ефективно вирішених подібних завдань для B2B-сегменту.

Під час складання контент-плану варто пам'ятати про особливості споживання контенту і формування стрічки в кожній соціальній мережі. Контент-план дає можливість зрозуміти, коли і як варто робити публікації, що саме публікувати на цьому тижні, зрозуміти, на які теми реагує цільова аудиторія.

Кожна із соціальних мереж має свої унікальні інструменти та можливості. Найпопулярнішими соціальними мережами в Україні є «Instagram», «Facebook» та «Youtube» [9].

У соціальній мережі «Instagram» активність та залучення користувачів вище, ніж в інших мережах, в рази. Просування товарів або послуг в «Instagram» дає можливість спілкуватись з великою аудиторією та залучати її відвідувачів до свого профілю через хештеги, які сортують публікації за ключовими словами або фразами, що пов'язані із сюжетом фото або відео. Вважається, що їх використання є обов'язковим, оскільки візуальний контент сприймається людьми в багато разів швидше, ніж текстовий.

Реклама в “Instagram” є гарним інструментом просування товарів та послуг в сегменті B2C, оскільки дає можливість створювати унікальність свого товару, підкріплювати його силу брендованим стилем, розробленим спеціально для цієї соціальної мережі. Так, бренди підприємства можуть виділятися серед конкурентів та краще запам’ятовуватись користувачу. Наприклад, всі фото товарів можуть бути зроблені в одному стилі або кожна товарна група може мати свій окремий стиль, який не буде кардинально відрізнятися від загальнокорпоративного стилю компанії. Якщо йдеться про відеоконтент, то варто залучати різноманітні цікаві ідеї, які також збільшують впізнаваність бренду.

Попри простоту користування, конкуренція в “Instagram” дуже велика, а кожен день створюються нові унікальні сторінки. Більшість цільової аудиторії становлять жінки, а за віком це молодь від 18 до 29 років. 65–70% користувачів перевіряють свою сторінку 1–2 рази в день, а 40–45% користувачів – кілька раз на добу.

Якщо бізнес орієнтований на певну територію чи регіон, обов’язковим є використання такого інструмента, як геотегінг. Це географічні позначення для фото чи відео на власній сторінці. Багато користувачів шукають фотографії за певним місцем розташування, і це ще один інструмент, який може підвищити кількість якісної цільової аудиторії.

Основними метриками “Instagram” є кількість показів публікацій, лайків та коментарів, кількість унікальних переглядів профілю та переходів на сайт за посиланням, метрики росту, кількість постів з використанням фірмового хештега, кількість глядачів прямої трансляції, а також коефіцієнт перегляду фотографій або відео в «Історіях» [10].

Задля максимальної ефективності ведення бізнесу в “Instagram” рекомендується дотримуватись таких простих та необхідних правил:

1) використовувати метрики “Instagram” для аналізу статистики аккаунта, яка дає змогу дізнатися про кількість переглядів, охоплення, вподобань, переглядів профілю тощо;

2) публікувати в потрібний час цікавий та якісний фотоконтент, який буде враховувати інтереси та запити вашої цільової аудиторії;

3) не забувати про можливість використання різноманітних фільтрів для фото, хештегів та геотегінгів.

Найбільш поширеною соціальною мережею як у світі, так і в Україні є мережа “Facebook”. Кількість її користувачів вже перевищує 400 мільйонів, близько 11 мільйонів з них становлять українці. Просувати свій бізнес на “Facebook” можна за допомогою бізнес-сторінки або створення тематичної спільноти.

Більшу частину аудиторії цієї соціальної мережі становлять дорослі люди з освітою та стабільним рівнем заробітної плати, тому їх більшість довіряє лише перевіреним джерелам. Для налагодження контакту з такою цільовою аудиторією не варто використовувати рекламу на персональній сторінці. Доцільно використовувати бізнес-сторінки, які значно відрізняються від персонального профілю у “Facebook”.

Користувач, який хоч раз поставив позначку «подобається», буде бачити у своїй стрічці новин пости з бізнес-сторінки автоматично. Також бізнес-сторінка має потужний аналітичний інструмент, який вказує на охоплення аудиторії, залучення користувачів та їх активність, демографічний та географічний фактори. Серед основних метрик присутності компанії у “Facebook” найбільш інформативним вважається показник активних користувачів у відсотках (Engagement Rate). Він дає змогу оцінити присутність компанії у “Facebook”, користуючись тільки загальнодоступними даними, не вдаючись до спеціальної статистики, яку підраховує соціальна мережа, а також повідомляє про ступінь активності аудиторії щодо сторінки бренду [6].

Наповнювати бізнес-сторінки або групу у “Facebook” також варто якісним контентом, інфографікою, анонсами новинок товарів, тематичними конкурсами тощо. Контент на бізнес-сторінці має бути дещо серйознішим, адже система поширення постів дещо відрізняється від інших соціальних мереж. Публікацією з бізнес-сторінки може поділитись будь-який користувач, а на його сторінці цю ж публікацію побачать всі його друзі та друзі його друзів. Так, цей інструмент може бути як плюсом, так і мінусом. Обов’язково потрібно бути максимально чесним та відкритим для своїх користувачів, і вони віддадуть довірою.

Соціальна мережа “Youtube” – це перш за все популярна пошукова система в Інтернеті, результатом пошуку якої є відеоролики. Щоденно до цієї соціальної мережі заходять 6 із 10 користувачів із різноманітними запитамі. Близько 70% користувачів Інтернету в Україні мають власні сторінки в “Youtube”. Чоловіки переважають у розрізі ґендерної структури цільової аудиторії цієї платформи.

Відеоконтент соціальної мережі “Youtube” значно збільшує довіру споживачів як в B2B, так і в B2C-сегментах. Достатньо зняти відео про товар, його основні характеристики та рішення проблем, які часто виникають у споживачів. Такий огляд продукції значно вплине на рішення споживачів щодо купівлі. Адже користувачі одразу бачать товар в реальному розмірі та кольорі. 57% користувачів дивляться відео про продукцію перед її придбанням.

Мережа “Youtube” самостійно визначає вподобання користувача та видає йому в рекомендованих новинах відео, яке відповідає його інтер-

есам. Таке вірусне охоплення може перейти в інші соціальні мережі, адже “Youtube” інтегрується з багатьма іншими соціальними платформами. Так, користувачі з легкістю зможуть поділитись відео, наприклад, на персональній сторінці у “Facebook”.

В опис кожного відео можна додавати посилання на товари, що демонструються, або на сайт компанії. У профілі слід вказати короткий опис про канал, контакти та зробити посилання на інші соціальні мережі. Такі дії забезпечать додаткові переходи для зацікавлених користувачів, а також дадуть змогу проаналізувати, який із товарів найбільш популярний, як на нього реагують споживачі.

З'ясовано, що статистику каналу “Youtube” може оцінити кожен власник за допомогою аналітичного інструмента “Youtube Analytics”, який надає статистичні дані про доходи від перегляду, ефективність реклами, взаємодію з контентом, кількість переглядів, популярність відео тощо.

Задля підвищення ефективності використання соціальних мереж як інструмента інтернет-маркетингу слід дотримуватись таких рекомендацій: варто створювати максимальну кількість сторінок в різних соціальних мережах для більшої інформованості контактної аудиторії; допускається публікація однакового контенту, але варто усвідомлювати специфіку кожної соціальної мережі, щоб розуміти структуру та інформаційне наповнення публікацій; особливості та можливості соціальних медіа дадуть змогу відсіяти соціальні мережі, де немає цільової аудиторії або де її кількість дуже мала; вважається доцільним спрямувати всі свої зусилля на активність, яка принесе максимальну віддачу від передплатників, дивувати та зацікавлювати їх різноманітним, унікальним та якісним контентом, слідкувати за трендами в галузі діяльності підприємства.

Зрозуміло, що повинна не лише бути присутність бренду підприємства в мережі, але й розроблена грамотна та ефективна стратегія SMM, розвиток якої залежить від планування, впровадження та оптимізації SMM-кампанії. Проте перш ніж застосовувати технології SMM-маркетингу, рекомендовано виконувати комплекс дій, що включає:

- визначення цільової аудиторії, її вподобань, манери спілкування, віку, місця проживання, а також розуміння того, яку потребу клієнта задовольняє товар (послуга), що рекламується;

- вибір соціальних мереж (“Facebook”, “Google+”, “Youtube” тощо), через які будуть відбуватись комунікації;

- визначення показників, за якими потім буде розраховуватися конверсія, наприклад кількість придбаного товару, послуги, підписка на розсилку, контактні дані;

- планування бюджету та статей витрат, визначення цілей та завдань для впровадження

даної кампанії; перед затвердженням бюджету обов'язково варто оцінити власні сили та можливість участі в проекті.

Висновки з проведеного дослідження. На основі теоретичних досліджень розглянуто сутність соціальної мережі як інструмента інтернет-маркетингу підприємства. Вважаємо, що соціальна мережа – це незалежне від географічного розташування об'єднання інтернет-користувачів, згрупованих за будь-якою ознакою на базі певного сайту.

Ведення маркетингу в соціальних мережах потребує більшої гнучкості та винахідливості. Слід надавати користувачам якісний, новий і цікавий контент, який в результаті отримає позитивний відгук від цільової аудиторії, Потрібно зацікавлювати аудиторію, створювати певний алгоритм подачі інформації та не перенасичувати спілкування рекламою або спамом.

Слід зазначити, що дотримання окреслених правил і рекомендацій під час просування товарів та послуг у соціальних мережах дає можливість аналізувати цільову аудиторію та завойовувати їх лояльність до бренду; отримувати та миттєво реагувати на зворотній зв'язок; привертати увагу потенційних споживачів шляхом вірусного охоплення; підвищувати впізнаваність бренду та забезпечувати високий імідж компанії; збільшувати обсяги продажу товарів та послуг; інформувати споживачів про актуальні новинки та акції компанії; впливати на гнучкість політики компанії відповідно до трендів та вимог споживачів; встановлювати бізнес-зв'язки з партнерами; впливати на споживчу думку аудиторії та стимулювати її до конкретних дій; поширювати рекламні оголошення, витрачаючи менше коштів. Використання окреслених можливостей за порівняно невеликих витрат сприяє істотному підвищенню продажів, що є запорукою успішної та результативної діяльності суб'єктів підприємництва на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ашманов І.С., Иванов А.В. Продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2013. 464 с.
2. Вирин Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. Москва: Эксмо, 2010. 160 с.
3. Голишева Є.О., Кириченко Т.В., Коваленко Я.А. Особливості використання інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві. Молодий вчений. 2014. № 10 (13)(1). С. 53–56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_10%2813%29%281%29__13.
4. Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. Соціальний медіа-маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf.
5. Дослідження онлайн-торгівлі України компанією “GfK Ukraine” URL: <http://www.gfk>.

com/uk-ua/rishennja/press-release/ukrajinski-onlain-pokupci-stali-aktivnishe-kupuvati-cherez-socialni-merezhi.

6. Какие метрики использовать для оценки страницы бренда в Facebook URL: <https://vc.ru/7309-facebook-page-success>.

7. Ледфорд Д., Тайлер М. Google Analytics 2.0. Анализ веб-сайтов. Москва: Диалектика, 2008. 368 с.

8. Проникнення Інтернету в Україні вперше перевищило 60%. URL: <http://watcher.com.ua/2016/03/28/>

pronyknennya-internetu-v-ukrayini-vpershe-perevyschylo-60.

9. Соціальні мережі – привабливий інструмент для маркетологів. URL: http://addgroupua.blogspot.com/2012/06/blog-post_07.html.

10. Статистика в Instagram: как посмотреть и какие данные можно узнать. URL: <https://popsters.ru/blog/post/72>.

11. Kapinus L., Skryhun N., Semenenko K. Internet consumers' behavior in social networks. Economic Annals – XXI. 2015. № 7–8(1). P. 75–77.

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ВИЗНАЧЕННЯ, ВИДИ ТА НАПРЯМИ

INTEGRATED PROCESSES OF ENTERPRISES OF UKRAINE: DEFINITION, TYPES AND DIRECTIONS

УДК 334.7.01

Кривицька Н.Ю.

к. е. н., доцент кафедри економіки
Національний авіаційний університет
Командровська В.Є.

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

студент
Національний авіаційний університет

У статті на основі узагальнення наявних концептуальних підходів до трактування поняття дано визначення терміна «інтеграційні процеси». Обґрунтовано угруповання інтеграційних процесів за видами та напрямками. Розглянуто слабкі та сильні сторони інтеграції українських підприємств.
Ключові слова: синергія, підприємство, інтеграція, ефект, взаємодія, процес.

В статье на основе обобщения существующих концептуальных подходов к трактовке понятия дано определение термина «интеграционные процессы». Обоснована группировка интеграционных процессов по видам

и направлениям. Рассмотрены слабые и сильные стороны интеграции украинских предприятий.

Ключевые слова: синергия, предприятие, интеграция, эффект, взаимодействие, процесс.

In the article, on the basis of generalization of existing conceptual approaches the term "integration processes" is defined. The grouping of integration processes by types and directions is justified. The strengths and weaknesses of Ukrainian enterprises integration are studied.

Key words: synergy, enterprise, integration, effect, interaction, process.

Постановка проблеми. Багато вітчизняних підприємств за сучасних умов господарювання використовують у своїй діяльності такі моделі ведення бізнесу, які дають змогу підвищувати конкурентоспроможність підприємства, зменшувати витрати на виробництво та реалізацію продукції, реалізовувати інноваційні проекти тощо. Функціонування сучасних виробництв у складі галузевих та міжгалузевих бізнес-угруповань потребують колективного партнерства між ними. Нині сутність підприємницького успіху лежить в основі інтеграційних процесів за рахунок довгострокових зобов'язань під час заготівельних операцій, виробництва, участі в капіталі та управлінні. Саме інтеграційні процеси промислових підприємств та сучасних структур корпоративного типу є одними з найважливіших тенденцій розвитку організації та управління.

В умовах переходу до більш стійкого виробничого розвитку економіки країни на перший план виходять завдання кардинального збільшення темпів економічного зростання, завоювання ринків, підвищення ефективності діяльності і зростання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Одним із напрямів такого зростання є розширення інтеграційних процесів підприємств України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань економічної інтеграції представлено в роботах К. Ерроу, Д. Норта, А. Мазараки, Д. Росса, К. Румянцева, Р. Коуза, Д. Хейя, Ф. Шерера, М. Ярчук. Також природа інтеграції досліджувалася в працях М. Веблера, Дж. Гелбрейта, Н. Кондратьєва, К. Маркса, А. Маршалла, П. Самуельсона, Й. Шумпетера.

Вагомий внесок у дослідження галузевих особливостей формування інтегрованих структур здійснили В. Андрійчук, Ю. Барташевська, П. Гай-

дуцький, В. Дикань, Т. Дудар, Д. Малащук, В. Микитенко, Ю. Нестерчук, П. Саблук, Г. Черевко та інші науковці. При цьому залишається актуальним питання інтеграційних процесів, які дали б змогу підприємствам адаптуватися до сучасних умов відкритої економіки.

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що існує стійке словосполучення «інтеграційні процеси», визначення цього поняття не узагальнено за загальними та специфічними для нього ознаками. Метою дослідження є аналіз інтеграційних процесів підприємств України, їх видів та напрямів у сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом процеси глобалізації та зростання динамічності середовища господарювання, поєднані з інформатизацією суспільства, стають основою переходу до нової моделі економічного розвитку національної економічної системи. В такій ситуації успіх діяльності компанії багато в чому залежить від ефективної взаємодії з іншими компаніями на різних стадіях створення і просування кінцевого продукту або послуги до споживача, іншими словами, від ефективності інтеграційних процесів на підприємстві.

Економічна енциклопедія зазначає, що під інтеграцією слід розуміти поступове зближення та об'єднання економічних суб'єктів у процесі їх взаємодії (взаємовпливу, взаємопроникнення, взаємозбагачення тощо) [5]. На думку В. Андрійчука, інтеграція означає організаційне поєднання технологічно пов'язаних між собою різномірних видів діяльності з притаманними їм функціями для виробництва кінцевого продукту і доведення його до споживача, а також досягнення на цій основі вищих економічних результатів [1].

Вітчизняні вчені Г. Головченко та В. Кондрачук у загальному розумінні трактують інтеграцію

як процес, що означає стан об'єднання окремих елементів системи в єдине ціле та процес взаємного пристосування, розширення економічного та виробничого співробітництва [4; 7].

Концептуальні підходи до мотиваційних засад функціонування інтеграційних процесів нині опрацьовані багатьма науковцями. Серед них доцільно виділити синергетичну теорію (Р. Брейлі, С. Майєрс, Дж.К. Ван Хорн), концепцію агентських витрат Р. Коуза, теорію гордині М. Рудик, О. Семенкової (табл. 1).

Заслуговує уваги те, що неможливо зводити інтеграцію лише до об'єднання окремих суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим на основі узагальнення підходів до сутності базового поняття «процес» та його використання у загальноприйнятому словосполученні «інтеграційні процеси», враховуючи специфіку сучасного стану економіки загалом, автори узагальнили поняття «інтеграційні процеси підприємств» так: це стійка і цілеспрямована сукупність взаємозв'язаних дій, спрямованих на отримання синергетичного ефекту від об'єднання та взаємопроникнення економічних, технічних, соціальних, виробничо-господарських, інституціональних підсистем, що дає змогу в результаті поєднання ідентичних функціональних напрямів діяльності вивільнити кошти на реалізацію специфічних функцій об'єктів, що інтегруються.

Орієнтуючись на наведене тлумачення, можемо визначити характеристики інтеграційного процесу, а саме:

- безперервність (здатність інтеграційного процесу бути єдиним ланцюгом різних етапів);
- передбачуваність (можливість управління інтеграційним процесом);
- мінливість (в ході інтеграції відбуваються трансформація, перетворення компонентів, а також поява інтегрованих новоутворень);
- керованість (спроможність реагувати на управлінський вплив і змінювати процес інтеграції);
- послідовність (наявність етапів розвитку, тобто ієрархія інтеграційних процесів);

– універсальність і поліморфічність (інтеграційні зв'язки, які виявляються в різних сферах пізнання та діяльності людини);

– нерівноважність (ймовірність появи альтернативних ситуацій);

– поява нових зв'язків (наявність елементів, які раніше були роз'єднані);

– нерозривний зв'язок процесу та результату, власна логіко-змістовна основа тощо.

Практика і досвід показують, що інтеграційні процеси підприємств відбуваються перш за все там, де існують найбільш вигідні умови для централізації та інтеграції науково-технічного, промислового і фінансового капіталу.

Об'єднання підприємств сприяє мобілізації виробничого потенціалу галузі та новоствореного підприємства. У разі об'єднання з'являються додаткові конкурентні переваги окремих підприємств, що дає змогу реалізувати основні стратегічні цілі, а саме зайняти лідируючі позиції, формувати правила гри, витіснити конкурентів, підняти рівень капіталізації.

Об'єднання можуть використовувати різні види інтеграції. Кожен вид має свої переваги та недоліки, які виявляються по-різному залежно від особливостей оточуючого середовища та сфери функціонування підприємства.

Інтеграційні процеси підприємства, є однією з форм розвитку виробництва, що, як правило, викликають зміни не тільки організаційної структури підприємства, але і його фінансового стану, права власності на продукцію та положення на ринку, в галузі [6; 7] (рис. 1).

В сучасних умовах в Україні на різних стадіях об'єднання різноспрямованих підприємств біля центральної виробничої лінії від переробки сировини до виготовлення готової продукції створюється інтегрована сукупність бізнес-одиниць, серед яких найбільшого поширення набули підприємства, які використовують процеси вертикальної, горизонтальної, діагональної, комбінованої або конгломератної інтеграції.

Вертикальна інтеграція є охопленим однією ієрархічною системою процесом об'єднання

Таблиця 1

Концептуальні підходи до формування мотиваційних засад інтеграційних процесів

Назва теорії, автори	Сутність теоретичного підходу
Синергетична теорія (Р. Брейлі, С. Майєрс, Дж.К. Ван Хорн)	Спільна діяльність двох та більше господарюючих суб'єктів забезпечує створення ефекту (результату), який є більшим, ніж їх загальний результат, якщо вони працювали порізно. Як наслідок, вартість інтегрованого учасника стає вищою за загальну вартість учасників, якщо б вони функціонували окремо.
Концепція агентських витрат (Р. Коуз)	Підприємства прагнуть об'єднувати свою діяльність доти, доки трансакційні витрати з іншими партнерами на ринку будуть дорожчими, ніж між учасниками інтегрованої структури.
Теорія гордині (М. Рудик, О. Семенкова)	Розглядаються особисті моменти менеджерів, підвищення якості управління, диверсифікація, перевищення ліквідаційної вартості або витрат на створення компанії над її ринковою вартістю тощо.

Джерело: складено за даними [2; 3; 8; 9; 11]

стадій виробництва і збуту [10]. Саме ці процеси дають змогу замінити ринковий механізм внутрішніми операціями, ставлячи за мету розширення контролю над виробничими процесами, джерелами сировини і кінцевим споживанням.

Горизонтальна інтеграція є об'єднанням виробників однорідної продукції. При цьому досягається ефект масштабу, що забезпечує отримання додаткових конкурентних переваг, витіснення з ринку товарів, які є близькими заміниками виробленої продукції фірм-конкурентів.

Діагональна інтеграція проводиться з метою диверсифікації ризиків, створення тиску на конкурентів, споживачів і постачальників, а також є об'єднанням підприємств, що знаходяться на різних рівнях вертикального виробничого циклу і випускають паралельні види продукції. Метою діагональної інтеграції підприємств є вплив на те, що цікавить підприємство непрямым чином через пов'язані з ним виробництва.

Комбінована, або конгломератна, інтеграція – це інтеграція вздовж виробничого процесу і його супутніх галузей, що дає змогу мінімізувати трансакційні витрати і дає можливість управляти портфелем сукупного асортименту. Вона створюється на базі об'єднання підприємств, не пов'язаних між собою галузевою приналежністю.

Розвиток інтеграційних процесів в Україні зумовлено перш за все тим, що:

– українська економіка – це економіка, що розвивається та запозичує досвід європейських країн;
– здійснюється все більша інтеграція України в європейську спільноту;

– процеси глобалізації потребують підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств;
– спостерігаються розвиток систем управління, підвищення кваліфікації кадрів;

– здійснюються зміни в структурі власності, такі як приватизація та роздержавлення;

– очікується зростання зовнішніх інвестицій.

Головними мотивами інтеграції підприємств є прагнення до освоєння більшої частини ринку, підвищення ефективності виробництва та диверсифікації діяльності. Підприємство, яке входить у склад нового суб'єкта, має можливість підвищити свій виробничий потенціал і водночас знизити витрати, розширити ринок і асортимент продукції, підтримувати і збільшувати рентабельність, а також за рахунок впровадження ефективної системи цінової політики бути успішним на сучасному ринку. Кінцевою метою злиття є отримання синергетичного ефекту, тобто за рахунок об'єднання двох та більше компаній формується нова структура з більш високими показниками ефективності. Закордонний досвід інтеграції демонструє її вагомість для росту економіки країни загалом та її частки в структурі ВВП зокрема.

Пропонуємо особливу увагу приділити інтеграційним процесам малих підприємств, що є най-

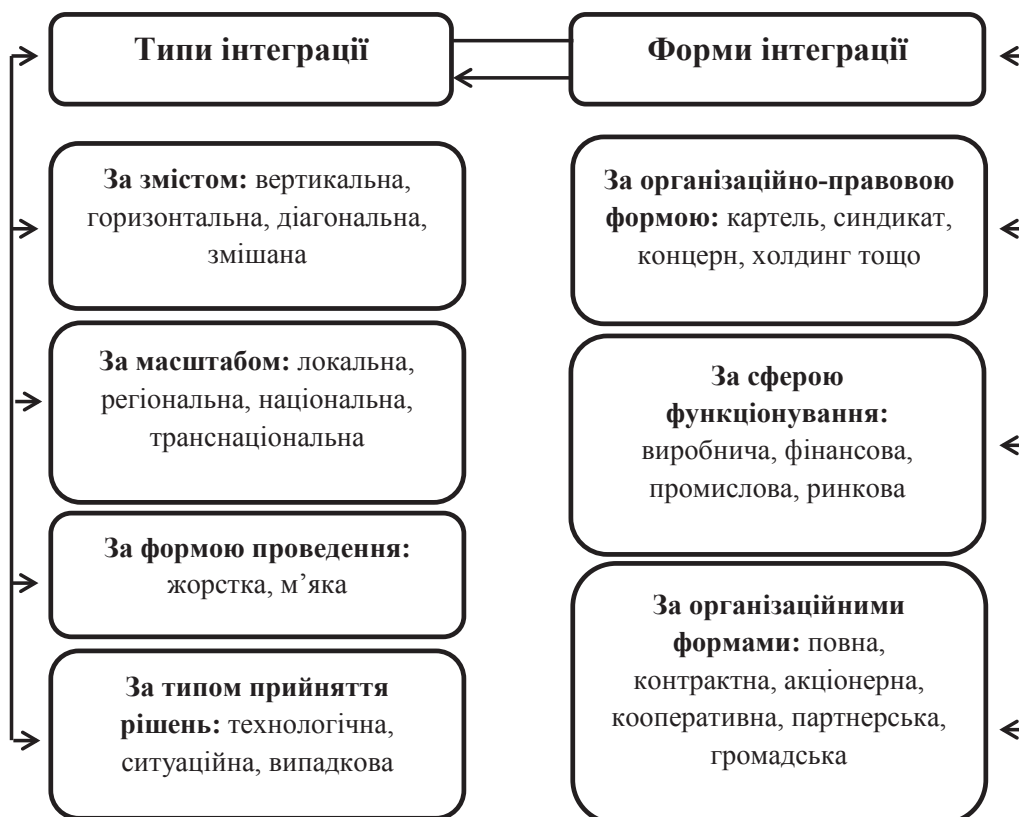


Рис. 1. Типи і форми інтеграційних процесів на підприємствах

більш уразливими під час економічних криз, для них інтеграція може бути однією з можливостей вижити в агресивному середовищі. Проте слід зауважити, що завдяки масштабам знов створених структур об'єкти, що інтегруються, втрачають гнучкість та стають більш інертними, що неможливо віднести до переваг.

Світова і вітчизняна практика свідчить про те, що кластерні структури мають найбільший потенціал серед інтегрованих структур. Ця специфічна форма бізнесу заснована на об'єднанні відносин конкуренції і кооперації, а також стратегій вертикальної і горизонтальної інтеграції. Кластери підвищують роль регіонів, створюють умови для залучення іноземних інвестицій, залучення широкого кола підприємців, адміністрації та наукової громадськості до створення широкого спектру конкурентних переваг продукції, що випускається.

Висновки з проведеного дослідження.

В Україні кожен вид інтеграції обумовлює виникнення тієї чи іншої організаційної форми або моделі, кожній з яких відповідає певний набір специфічних рис і якостей, який відрізняє її від інших, а також різні мотиви створення і впливу на середовище, в якій вона діє.

Інтеграція сприяє побудові закінчених технологічних ланцюжків, забезпеченню координації обсягів продажів, зниженню витрат на одиницю продукції, зростанню продуктивності праці. Результатом інтеграції є формування господарського механізму, в якому, крім інтегрованих елементів, є наявність координуючого елементу. Співпраця є формою партнерства, оскільки охоплює відносини між учасниками, засновані на взаємній вигоді та рівноправності.

В результаті проведених досліджень ми дійшли висновку, що інтеграційні процеси підприємств України є об'єктивно обумовленим чинником в реалізації проблем сьогодення, які дадуть змогу в умовах кризових ситуацій підтримати вітчизняного товаровиробника, підвищити рівень його конкурентоспроможності.

Для подолання головних проблем для підприємств України, що продукуються сучасним агресивним зовнішнім середовищем, пропонуємо насамперед розвивати і розширювати вплив інтеграційних процесів, вживаючи таких заходів:

– для послаблення тиску зовнішніх факторів, а також нестабільної економічної і політичної ситуації в Україні слід розширювати ринки збуту продукції, виробництво орієнтувати на експорт, налагоджувати співпрацю з іншими країнами (держави Африки, Близького Сходу, ЄС);

– для безпеки свого фінансового становища слід сплачувати боргові зобов'язання, збільшу-

вати власний капітал, отримувати довгострокові кредити для розвитку нових проектів;

– збільшувати леверидж по коштах від операційної діяльності;

– здійснювати інвестиції у нові проекти та оновлення основних засобів, при цьому провадити будівництво нових виробничих об'єктів;

– дотримуватись соціальних угод та екологічних норм;

– сприяти інвесторам за умови виконання всіх зазначених норм тощо.

Нині розвиток високорентабельних підприємств в Україні є цілком реальним. При цьому нові інтегровані структури можуть створюватися як на державному, так і на регіональному рівнях. Країни ЄС та світу вже мають великий практичний досвід щодо модернізації виробництв шляхом об'єднання, інтеграції різних підприємств. В умовах українських реалій цей досвід повинен бути використаний для підвищення ефективності об'єктів, що інтегруються. Саме великі структури можуть дозволити собі наявність висококваліфікованих кадрів, використання та розробки новітніх технологій, розвитку інфраструктури.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В. Економіка аграрних підприємств: підручник. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ: КНЕУ, 2002.
2. Бондар Н. Дослідження мотивів інтеграційних процесів на транспорті. Управління проектами, системний аналіз і логістика. Економічна серія. 2009. № 6.
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.
4. Головченко Г. Еволюція та сутність інтеграції як економічної категорії. Економічний вісник НГУ. 2009. № 4.
5. Економічна енциклопедія: у 3 т. / ред. кол.: С. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ: Академія, 2000. Т. 1.
6. Камінська В. Синергетична ідентифікація інтеграції: монографія / за заг. ред. Є. Хомаківського. – Житомир, 2012.
7. Кондратюк В. Інтеграційні процеси: поняття, підходи, закордонний досвід. Збірник наукових праць КНТУ. Економічні науки. 2007. № 4.
8. Природа фірми: Походження, еволюція і розвиток / за ред. О.Е. Вільямсона, С.Дж. Вінтера; пер. з англ. Київ: А.С.К., 2002.
9. Рудык Н., Семенкова Е Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием. Москва: Финансы и статистика, 2000.
10. Шумейко В. Формування вертикальних інтегрованих маркетингових систем переробних підприємств. Механізм регулювання економіки. 2008. Т. 1. № 4.
11. Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами. Москва: Финансы и статистика, 2005.

АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ НЕРУХОМОГО МАЙНА

ANALYSIS OF SCIENTIFIC VIEWS ON THE DETERMINATION OF THE ECONOMIC ESSENCE OF REAL-ESTATE

УДК 332.72:656.2

Масалигіна В.В.

к. е. н., доцент кафедри управління державними і корпоративними фінансами

Український державний університет залізничного транспорту

Журавель К.В.

к. е. н., начальник Служби з управління майновими і земельними ресурсами Регіональної філії «Південна залізниця» ПАТ «Укрзалізниця»

У статті узагальнено наукові погляди на визначення економічної сутності нерухомого майна; розкрито сутність нерухомого майна та нерухомості на основі узагальнення їх характеристик за властивостями, що їм притаманні; доведено, що поняття «нерухоме майно» та «нерухомість» не є тотожними; визначено загальні риси, відмінності та співвідношення цих понять з економічної точки зору.

Ключові слова: нерухоме майно, нерухомість, економічна сутність, залізничний транспорт, ефективне управління нерухомим майном.

В статье обобщены научные взгляды на определение экономической сущности недвижимого имущества; раскрыта сущность недвижимого имущества и недвижимости на основе обобщения их характеристик по присущим им свойствам; доказано, что понятия «недвижимое имущество» и

«недвижимость» не являются тождественными; определены общие черты, различия и соотношения данных понятий с экономической точки зрения.

Ключевые слова: недвижимое имущество, недвижимость, экономическая сущность, железнодорожный транспорт, эффективное управление недвижимым имуществом.

The article summarizes the scientific views on the definition of the economic essence of immovable property, reveals the essence of immovable property and real-estate on the basis of generalization of their characteristics according to their inherent properties, it is proved that the concept of "immovable property" and "real-estate" are not identical, common features, differences and relationships of these concepts are defined from an economic point of view.

Key words: immovable property, real-estate, economic essence, railway transport, effective management of immovable property.

Постановка проблеми. В умовах формування ринкових відносин значну роль відіграють чинники підвищення ефективності функціонування залізничного транспорту України. Для досягнення перспективної мети розвитку залізничного транспорту потрібно вирішити низку проблем з утворення та реалізації ефективних інструментів управління в усіх його ланках. Серед них значне місце посідає удосконалення системи управління нерухомим майном підприємств галузі, оскільки залізничний транспорт є крупним майновим комплексом з розвинутою інфраструктурою. Для вирішення проблем ефективного управління нерухомим майном залізничного транспорту перш за все слід дослідити природу самого поняття «нерухоме майно», його визначення та економічну сутність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вирішення проблем ефективного управління та використання нерухомого майна постійно викликає інтерес у вітчизняних та зарубіжних науковців, що пов'язане з ринковими перетвореннями та реформуванням окремих галузей економіки, перш за все залізничного транспорту. Аналіз показав, що ключовими завданнями, які вирішуються в наукових дослідженнях, є удосконалення оцінки майна (О. Гненний, В. Галасюк, О. Євтух), механізму управління об'єктами нерухомості різних форм власності (О. Нема, М. Шкільняк, Г. Ткачук, А. Гречко), підвищення його ефективності на основі вартісно-орієнтованого підходу, управління майновими ризиками (І. Колос, І. Аберніхіна), загалом удосконалення механізму управління підприємств залізничного транспорту під час реформу-

вання галузі (Ю. Бараш, Н. Гриценко, О. Дейнека, Г. Ейтутіс, Ю. Труханов).

Незважаючи на те, що дослідження зазначених вчених дали змістовне підґрунтя для подальших наукових розробок, у вітчизняній науці невирішеними залишилися важливі питання, які пов'язані з розробленням теоретично-методичних підходів до утворення ефективною системи управління об'єктами нерухомості залізничного транспорту. Для вирішення проблем ефективного управління нерухомим майном залізничного транспорту перш за все слід дослідити природу самого поняття, його визначення та економічну сутність. Це дасть змогу з'ясувати об'єктивні властивості та характерні особливості нерухомого майна як економічної категорії для того, щоб дослідити основні аспекти ефективного управління ним.

Постановка завдання. Метою роботи є узагальнення наукових поглядів на визначення економічної сутності нерухомого майна, визначення загальних рис, відмінностей та співвідношення понять «нерухоме майно» та «нерухомість» з економічної точки зору, які використовуються в наукових публікаціях з проблем управління нерухомим майном.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками в зарубіжних виданнях почали з'являтися статті, що висвітлюють різні аспекти використання об'єктів нерухомості залізниць.

Так, у журналі "SBB MAG" [1] була опублікована стаття "Eine ganze Welt entfaltet sich am Tor zur Welt" («Вокзал Швейцарських федеральних залізниць»), у якій наводяться відомості про політику

Швейцарських федеральних залізниць у галузі використання нерухомого майна, зокрема вокзалів і вокзальних комплексів. Розглядаються функції вокзалів і сучасні вимоги до них. Показано, як збільшити дохід від використання вокзалів, але питання розглянуте з точки зору маркетингових заходів щодо організації суспільних і торгових центрів та задоволення потреб споживача.

Надалі В. Шібелі у своїй роботі "Bewirtschaftungs und Betriebsorganisation des Züricher hauptbahnhofes" («Організація управління господарством вокзалу Цюрих-головний») [3] розглядає питання управління вокзальним господарством. Зокрема, ним у комплексі управління вокзальним господарством виділено чотири групи об'єктів, такі як нерухомість, техніка, служба будинку, безпека. У групі «нерухомість» створено відділ з управління нерухомістю і комерційного її використання, питань будівництва та експлуатації. Цей відділ розглядає питання комерційного використання нерухомості з точки зору маркетингових заходів, але не визначається ефективність від використання нерухомості за різними варіантами.

Слід відзначити, що Х. Джунг у своїй роботі "Die Sanierung fahrt Bahn" («Взаємодія видів транспорту і контейнерні перевезення») [2] коротко викладає програму санації залізниці транспорту Італії шляхом акціонування. Контрольний пакет у 51% акцій залишається в «руках» держави, а 49% акцій належать заново створеному акціонерному товариству "Ferrovie S". У програмі пропонується спосіб ліквідації збитковості залізниці за рахунок розпродажу її нерухомості. У роботі не аналізуються можливі види використання нерухомості для отримання прибутку, а вибрано найпростіший спосіб його отримання – продаж нерухомості. Однак при цьому залишається відкритим питання про те, як компанія в майбутньому буде покривати свою збитковість.

У Франції Національне товариство французьких залізниць у 1991 р. мало прибуток у 6 млн. франків переважно за рахунок продажу нерухомості, але в 1992 р. знову було поставлено питання про те, яким чином отримати прибуток, тому що фінансовий рік завершився з дефіцитом у 2,96 млрд. франків [4].

Наведені приклади дають можливість проаналізувати досвід зарубіжних компаній з ефективності використання різноманітних об'єктів нерухомості.

Протягом багатьох років поняттю та ознакам нерухомого майна у дослідженнях та дискусіях вітчизняних науковців та вчених різних країн належало особливе місце. Такий інтерес до поняття, що досліджується, обумовлений тим, що до нерухомого майна належать найбільш значущі та цінні речі, які відіграють найважливішу роль в організації та веденні господарської діяльності кожного

суб'єкта господарювання, а також потребують оформлення прав на володіння та державного реєстрування.

Проведений аналіз сучасної наукової літератури показав, що до визначення поняття «нерухоме майно» існують два підходи. Перший розглядає нерухоме майно як суто фізичний об'єкт, другий – як об'єкт цивільного права з урахуванням юридичних відносин, які формуються щодо нього.

Перший підхід враховує нерухоме майно як фізичний об'єкт та базується на двох моментах. По-перше, основою нерухомого майна вважається земельна ділянка разом з її природними складовими, зокрема надрами, водними об'єктами, лісами, багаторічними насадженнями. По-друге, до складу нерухомого майна включаються всі об'єкти, які мають із земельною ділянкою міцний зв'язок (будівлі, споруди тощо). При цьому майже завжди підкреслюється неможливість переміщення нерухомого майна без значної шкоди для його призначення. Такий підхід до визначення поняття «нерухоме майно» вважає справедливим, наприклад, А. Асаул [13, с. 30], який наводить такі трактовки з посиланням на джерела: «нерухоме майно – це будь-яке майно, яке складається з землі, а також будівель і споруд на ній»; «майно є нерухомим або за його власною природою, або в силу його призначення, або внаслідок предмета, належності до якого воно складає»; «нерухомість, нерухоме майно – реальна земельна і вся матеріальна власність. Включає все матеріальне майно під поверхнею землі, над її поверхнею або прикріплене до землі»; «нерухомим майном визнаються за законом землі і всякі угіддя, будинки, заводи, фабрики, лавки, всякі будівлі й порожні двірські місця, а також залізниці».

Подібною є думка Г. Харрисона, який дає таке визначення: «нерухомістю є земля як фізичний об'єкт і все, що з нею тісно зв'язане (знаходиться на ній)» [12, с. 26].

Такими ж є позиції В. Довдієнка, який констатує, що нерухомість – це «земельні ділянки та все те, що з ними тісно пов'язане, переміщення чого без значної шкоди для їх призначення неможливе» [6, с. 71]; В. Мягкова, який вважає, що «нерухомість – це ділянка території з природними ресурсами, які їй належать (ґрунтом, водою, іншими мінеральними й рослинними ресурсами), а також будівлями та спорудами» [9, с. 15]; Я. Маркуса, який зазначає, що «нерухомість – це земельна ділянка, вільна від забудови, або земельна ділянка та поліпшення на ній, зроблені людиною. Це фізична, матеріальна річ <...>, що розглядається в сукупності з усіма поліпшеннями на її поверхні, а також над нею або під нею» [8, с. 11].

Як свідчить О. Євтух, базуючись на виконаному ним аналізі наукових публікацій, подібним чином

нерухомість розглядається більшістю спеціалістів [7, с. 90].

За другим підходом нерухоме майно розглядається як об'єкт цивільного права, зміст підходу базується на комплексі правових відносин, які є підґрунтям для проведення операцій з майном. Вважається, що такий підхід, запозичений з англійського права, відповідає терміну «право власності на нерухомість» (“real property”). При цьому до реального майна належить майно, щодо якого може бути пред'явлений так званий

реальний позов – позов про відновлення володіння.

Зазначений підхід до визначення поняття «нерухоме майно» використовують С. Грибовський («нерухоме майно містить комплекс прав і вигод, нерозривно пов'язаних із власністю на нерухомість як матеріальний об'єкт») [10, с. 12], О. Гриценко («будинки, споруди та інша нерухомість, яка пов'язана із земельною ділянкою, характеризуються не просто фізичною прикріпленістю до неї, але й існуванням більш глибокої єдності.

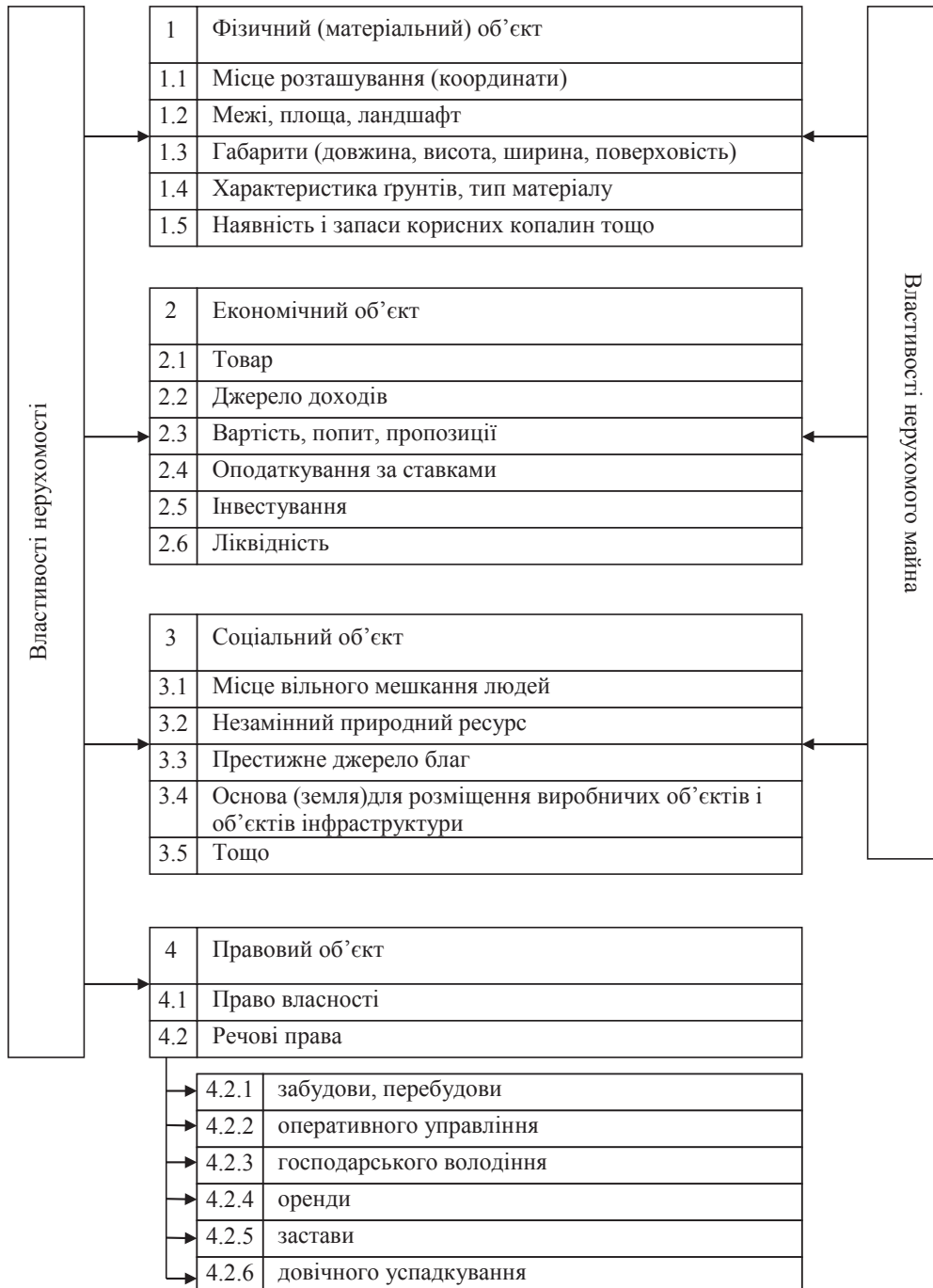


Рис. 1. Синтез властивостей для визначення понять «нерухоме майно» та «нерухомість»

Джерело: складено за роботою [11, с. 7], доповнено авторами

Дана єдність виявляється як на фізичному рівні (полягає в тому, що фізичне переміщення об'єктів є ускладненим), так і на правовому й економічному» [5].

Вищенаведені два підходи щодо з'ясування сутності нерухомого майна дають можливість стверджувати, що існують два поняття, а саме «нерухоме майно» та «нерухомість», хоча в чинному законодавстві України та інших країн ці поняття вважають синонімами, або однопорядковими. Тому для прийняття обґрунтованих управлінських рішень вважаються доцільним вивчення природи нерухомості як економічного активу, закономірностей та умов її ефективного використання, чітке розмежування понять «нерухоме майно» та «нерухомість», а також визначення спільних та розбіжних рис за цими поняттями.

Відомо, що будь-яке поняття є об'єднаним терміном, що містить в собі смисловий зміст та перелік безлічі речей (предметів), що відносяться до досліджуваного поняття. Історично так склалося, що і в науковій літературі, і в законодавчих актах України та різних країн частіше використовується термін «нерухомість», ніж «нерухоме майно», проте, як правило, ці поняття вважають синонімами. Більшість науковців визначає поняття, що досліджуються, через перелік предметів, які відображають їх видимі фізичні властивості. Однак, на думку авторів посібника [11, с. 7] В. Смагіна та В. Кисельової, дати повне визначення нерухомості через перелік тільки фізичних ознак неможливо, оскільки це поняття багатогранне та є синтезом матеріальних, економічних, правових і соціальних властивостей. Слід погодитись із таким визначенням, адже цей підхід є системним і відповідає сучасності. Використовуючи таку позицію для розкриття сутності понять «нерухоме майно» та «нерухомість», ми виконали узагальнення їх характеристик за чотирма властивостями, які наочно показують зміст кожного поняття як сукупності відповідних властивостей (рис. 1).

Як видно зі схеми, всі властивості понять, що досліджуються, а саме фізичні, економічні, соціальні й правові, тісно пов'язані між собою, також доповнюють одна одну.

Так, місцезнаходження нерухомості істотно впливає на її вартість, прибутковість, ліквідність, отже, фізичні властивості визначають її економічні ознаки.

Соціальні властивості також залежать від місця розташування, яке визначає престижність нерухомості, придатність її для використання тощо. Хоча здебільшого як у спеціальній, так і в популярній літературі терміни «нерухоме майно» і «нерухомість» розглядаються як тотожні один одному, вони мають, безсумнівно, загальні риси та істотні відмінності, якщо розглядати їх з економічної точки зору.

Розглянемо співвідношення термінів «нерухоме майно» і «нерухомість».

Поняття «нерухоме майно» як термін, що відображає особливий в юридичному та економічному відношенні клас речей, має тривалу історію застосування в господарській практиці.

Саме юридичне розуміння нерухомого майна передбачає, по-перше, ототожнення понять «нерухоме майно» і «нерухомість», по-друге, підведення під це поняття двох груп речей, які фізично істотно відрізняються одна від одної, таких як «нерухоме майно (нерухомість) по природі» (земля і все, що міцно з нею пов'язане) і «квазінерухомість» (речі рухомі, але в юридичному відношенні).

Віднесення з юридичної точки зору різних за фізичною природою речей до нерухомого майна має певне суспільно-економічне обґрунтування, яке і лежить в основі їх об'єднання в «нерухомість згідно із законом».

Звернемося тепер до трактування відмінностей понять «нерухоме майно» і «нерухомість» з економічної точки зору.

Нерухоме майно – родове поняття, що відображає певний клас речей, загальною ознакою яких є міцний зв'язок із землею, тому як нерухоме майно можуть виступати речі, що складаються із землі, або включають в себе землю як базовий елемент. Провідна роль землі є основною якісною характеристикою об'єкта нерухомого майна з економічної точки зору.

Відповідно до цього під об'єктом нерухомого майна розуміється індивідуальна річ, що належить до цього класу і володіє строго певними якісними і кількісними параметрами. Головною якісною ознакою всіх речей, що відносяться до певного роду, є нерозривний зв'язок із землею.

До кількісних параметрів об'єкта нерухомого майна відносяться, наприклад, географічні координати, площа, конфігурація, рельєф земельної ділянки, матеріал виготовлення, поверховість, ступінь зносу будівель і споруд.

Слід зазначити, що невід'ємною характеристикою нерухомості, на відміну від нерухомого майна, є його юридична складова, що виявляє себе в двох аспектах: по-перше, будь-який об'єкт нерухомого майна належить його власнику за конкретним правом, зміст якого визначає можливості цього суб'єкта з використання об'єкта; по-друге, будь-який об'єкт нерухомого майна завжди має юридичний статус, який визначається його приналежністю до категорії земель, до функціональної зони, що обумовлює можливості економічного використання об'єкта, вилучення з нього доходу незалежно від того, кому належить цей об'єкт.

Таким чином, нерухомість як економічний актив, як об'єкт економічного обігу містить в собі фізичні, соціальні та юридичні характеристики, що й відрізняє її від нерухомого майна, тобто неру-

хомість як економічне благо є єдністю фізичного (матеріального), соціального змісту та юридичної форми.

Кожен об'єкт нерухомості завжди можна визначити якісно та кількісно за такими чотирма аспектами, як фізичний (матеріальний), економічний, соціальний та юридичний.

Фізичні параметри такі: місце розташування на земній поверхні (координати), межі, площа, ландшафт, габарити, поверховість, характеристика ґрунтів, тип матеріалу, ступінь зносу тощо.

Економічні параметри такі: визнання об'єкта товаром, джерелом доходу, вартісна оцінка, витрати, ставки податку, ліквідність тощо.

Соціальні параметри такі: місце вільного мешкання людей, незамінний природний ресурс, основа (земля) для розміщення виробничих об'єктів та об'єктів інфраструктури тощо.

Юридичні параметри такі: приналежність суб'єкта на певному праві власності, приналежність до певної категорії земель, до функціональної зони, конкретні речові права (забудови, перебудови, оперативного управління, оренди, застави тощо).

Отже, з економічної точки зору необхідно розмежовувати поняття «нерухоме майно» та «нерухомість»:

1) нерухоме майно – це фізичний об'єкт (матеріальна складова) з його економічними та соціальними параметрами;

2) нерухомість – це єдність нерухомого майна та його юридичної складової.

Спираючись на зазначене вище, можемо записати такі співвідношення між поняттями «нерухоме майно» та «нерухомість»:

$$NM = MC + EC + SC, \quad (1)$$

де NM – нерухоме майно;
MC – матеріальна складова;
EC – економічна складова;
SC – соціальна складова;

$$N = NM + ЮС; \quad (2)$$

$$N = MC + EC + SC + ЮС, \quad (3)$$

де N – нерухомість;

ЮС – юридична складова нерухомості.

Висновки з проведеного дослідження.

У статі розкрито економічну сутність нерухомого майна та нерухомості на основі узагальнення їх характеристик за такими чотирма властивостями, як фізичні, економічні, соціальні та правові, що дає можливість стверджувати, що існують два поняття, а саме «нерухоме майно» та «нерухомість», хоча в чинному законодавстві України та інших країн вони вважаються синонімами або тотожними, доведено що з економічної точки зору необхідно розмежовувати поняття «нерухоме майно» та «нерухомість»: нерухоме майно – це фізичний об'єкт (матеріальна складова) з його

економічними та соціальними параметрами; нерухомість – це єдність нерухомого майна та його юридичної складової.

Слід зазначити, що визначення досліджуваних понять у сфері нерухомості в законодавчих актах України є похідними від їх тлумачення в теорії та практиці господарської діяльності, що знаходить своє відображення в наближенні розкриття їх сутності у законодавстві до тих визначень, які науково обґрунтовані. Тому для подальших досліджень це є підґрунтям вважати «нерухоме майно» та «нерухомість» однопорядковими для прийняття управлінських рішень щодо них з урахуванням також того, що процес оформлення прав власності в залізничній галузі завершено. Охарактеризовано головні особливості нерухомого майна, такі як фізична неоднорідність, єдність із земельною ділянкою, тривалість створення і довгостроковість існування, висока вартість, які ускладнюють процес управління та оцінки нерухомості, спричиняють низку методологічних особливостей, що відрізняють нерухомість від інших активів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Amstutz R. Eine ganze welt einfaltet sich am tor zur welt. SBB MAG. 1992. № 3.
2. Jung H. Die sanierung fahrt bahn. Verkehr. 1992. № 41, 48.
3. Schneebeli W. Bewirtschaftungs und Betriebsorganisation des Zurcher hauptbahnhofes. Schweizing und archit. 1992. № 110.
4. SNCF mit Verlust. Verkehr. 12. № 49.
5. Гриценко Е. Рынок недвижимости: закономерности становления и функционирования. Вопросы методологии и теории Харьков: Бизнес-Информ, 2002. 283 с.
6. Довдиенко И. Ипотека: учебно-практическое пособие. Москва: РДЛ, 2003. 272 с.
7. Євтух О. Нерухомість як об'єкт оцінки: сутність і класифікація. Актуальні проблеми економіки. 2005. № 3. С. 90–96. URL: <http://ecoscience.net/archive2005/46345.html>.
8. Маркус Я. Посібник з оцінки бізнесу в Україні: навч. посіб. Київ: Міленіум, 2002. 320 с.
9. Мягков В., Платонова Е. Экономика недвижимости: толковый словарь. Санкт-Петербург, 1993. 790 с.
10. Грибовский С., Иванова Е. и др. Оценка стоимости недвижимости. Москва: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. 457 с.
11. Смагин В., Киселева В. Экономика недвижимости: учебное пособие. Челябинск: изд-во ЮУрГУ, 2009. 194 с.
12. Харрисон Г.С. Оценка недвижимости / пер. с англ. Москва: РИО Мособлупрполиграфиздат, 1994. 231 с.
13. Асаул А., Асаул М., Грахов В., Грахова Е. Экономика недвижимости: учебник для вузов. 4-е изд., испр. Санкт-Петербург: АНО «ИПЭВ», 2014. 432 с.

ГІБРИДНИЙ АВС-МЕТОД ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

HYBRID ABC-METHOD AS THE TOOL FOR ESTIMATING THE EFFICIENCY OF THE PRODUCT

У статті розглянуто можливість поєднання переваг АВС-методу та «Маржинального підходу» в розрізі управління асортиментом шляхом оцінки ефективності асортиментних позицій. Таке поєднання дає змогу нівелювати недоліки обох підходів та об'єднати їхні переваги в одному універсальному інструменті. Гібридний АВС-метод поєднаний запропонувати інструмент, що є легким, зрозумілим та не потребує значних додаткових витрат. Особливістю гібридного методу є заміна одного з етапів інструментами «Маржинального підходу». Гібридний метод максимально відповідає вимогам сучасного динамічного ринку.

Ключові слова: АВС-метод, «Маржинальний підхід», маржинальний прибуток, управління асортиментом, собівартість, прибуток, ефективність продукту.

В статье рассмотрена возможность объединения преимуществ АВС-метода и «Маржинального подхода» в разрезе управления ассортиментом путем оценки эффективности ассортиментных позиций. Такое объединение дает возможность нивелировать недостатки обоих подходов и объединяет их преимущества в одном универсальном инструменте. Гибридный АВС-метод призван предложить инструмент, который

является легким, понятным и не требует значительных дополнительных издержек. Особенностью гибридного метода является замена одного из этапов инструментами «Маржинального подхода». Гибридный метод максимально соответствует условиям современного динамического рынка.

Ключевые слова: АВС-метод, «Маржинальный подход», маржинальная прибыль, управление ассортиментом, себестоимость, прибыль, эффективность продукта.

The possibility of the combining the advantages of the ABC-method and the "Marginal approach" in the context of the assortment management by assessing the effectiveness of the positions of the assortment is consider in the article. This combination allows to minimizing the shortcomings of the both approaches and combine their benefits in the one universal tool. The hybrid ABC-method was designed to offer a tool that is easy, clear, and does not require the significant additional costs. The feature of the hybrid method is the replacement of one of the steps by the tools of the "Marginal approach". The hybrid method is as much as possible compatible with the requirements of the modern dynamic market.

Key words: ABC-method, "Marginal approach", marginal profit, assortment management, cost, profit, effectiveness of the product.

УДК: 65.012:658.155.2

Нам'ясенко В.М.

аспірант

Хмельницький національний
університет

Постановка проблеми. Ефективність діяльності промислового підприємства є одним з основних фокусів економічної науки. Сьогоднішня ситуація на вітчизняному ринку промислових підприємств, особливо галузі машинобудування, свідчить про низьку конкурентоспроможність на зовнішньому та внутрішньому ринках. У зв'язку із цим виникає ситуація, що призводить до зниження ефективності та скорочення виробництва, про що свідчать індекси промислової продукції машинобудування Державної служби статистики України за 2014–2016 рр.: 0,794, 0,859, 1,020 відповідно [5]. Підтвердженням цього є й показник GCI, який за період 2012–2016 рр. змінювався так: 2013–2012 рр. – 73 з 144; 2014–2013 рр. – 84 з 148; 2015–2014 рр. – 76 з 144; 2016–2015 рр. – 79 з 140; 2017–2016 рр. – 85 з 138 [2].

Загалом сучасне становище більшості промислових підприємств склалося так, що там переважає екстенсивне виробництво, наявна обмеженість ресурсів та є гостра необхідність швидкої адаптації до умов сучасного динамічного ринку. Одним із напрямів у таких умовах є ефективне управління асортиментом, але інструменти, що дають змогу працювати в таких умовах та відповідають поставленим вимогам, мають певні недоліки, що нівелює гібридний АВС-метод.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню ефективності діяльності підприємства загалом та асортиментної політики зокрема присвячено праці переважної більшості вчених – теоретиків та практиків усієї групи економічних наук, але варто виділити О. Орлова, Е. Хелферта, Є. Градобоева, Н. Крупську, Т. Майорову, І. Бланка, Ф. Друкера, Б. Гоулда, С. Ейфона, але цей список не відображає і невеликої частки вчених, що присвятили свої роботи даному питанню.

Постановка завдання. Метою статті є описання інструменту гібридного АВС-методу, що дає змогу нівелювати недоліки АВС-методу та «Маржинального підходу», а також поєднати переваги обох підходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження питання варто почати із короткого опису основних положень АВС-методу та «Маржинального підходу».

Загальна суть методу АВС полягає у тому, що він є особливою формою функціонального аналізу витрат, а в його основі лежить положення, що продукція є результатом діяльності, що пов'язана зі споживанням ресурсів, облік яких ведеться на відповідних рахунках [3].

Концептуальна схема методу АВС представлена на рис. 1.

Під час застосування ABC-методу використовується така послідовність дій [4]:

- 1) визначити основні процеси, що пов'язані з виробництвом;
- 2) визначити витрати за кожним із процесів;
- 3) визначити драйвер за кожним із виявлених процесів;
- 4) розрахувати ставку драйвера для кожного носія затрат;
- 5) застосувати розраховані ставки драйвера до кожного з об'єктів витрат.

Попри велику популярність даного методу він має й свої недоліки: розрахований на попроцесну калькуляцію та є досить важким та дорогим; побудований на системі бухгалтерських даних, що разом із великою тривалістю впровадження призводить до того, що отримана інформація є «постфактум», а відповідно, неактуальною.

«Маржинальний підхід», навпаки, побудований навколо використання маржинального прибутку і керується у своїх розрахунках використанням показників коефіцієнту беззбитковості, коефіцієнту маржинального прибутку та ін. [1], що разом із використанням калькуляції покриття робить його доволі легким і динамічним; отримані дані є об'єктивними та актуальними а їх використання під час оцінки ефективності асортиментних позицій не є прив'язаним до структури асортименту. Основні «укрупнені» етапи маржинального підходу такі:

- 1) визначення змінних витрат за кожною з позицій;
- 2) визначення маржинального прибутку за позиціями;
- 3) визначення коефіцієнту маржинального прибутку – показника потенційної рентабельності, що дає змогу прийняти рішення про доцільність позиції та планування подальших дій.

Проте недоліком «Маржинального підходу» є його орієнтованість на попозиційну калькуляцію,

тоді як за необхідності попроцесної калькуляції виникають проблеми.

У зв'язку з переліченими вище перевагами та обмеженнями й виникла потреба у створенні гібридного ABC-методу. Фактично пропонується використати гібридну систему з ABC-методу та методу на основі «Маржинального підходу», де перший буде використовуватися на етапі розрахунку змінних витрат на виріб, а вже всі інші основні показники будуть використовуватися на основі положень «Маржинального підходу».

У цьому разі розрахунок буде вестися так:

- 1) визначити основні підрозділи та напрями діяльності, що пов'язані з виробництвом;
- 2) визначити витрати за кожним із процесів (інколи називають «пул витрат»). Важливою умовою даного етапу, що відрізняє його від традиційного ABC-методу, є відмова від урахування постійних витрат на даному етапі;
- 3) визначити драйвери по всіх процесах;
- 4) розрахувати ставку драйвера для кожного носія затрат (розраховується шляхом ділення пулу затрат на кількість драйверів);
- 5) застосувати розраховані ставки для кожного з об'єктів витрат.

За допомогою цих кроків нівелюється попроцесна прив'язка та розраховується попозиційна калькуляція методом покриття, що дає змогу в подальшому використовувати показники «Маржинального підходу».

Приклад для порівняння класичного та гібридного методів (приймемо, що переналадки та контроль якості є рівноцінними за кожним виробом) (табл. 1).

Приклад, що представлений в табл. 1, демонструє етапи, які передбачені ABC-методом, та можливість їх зведення до розрахунку на основі «Маржинального підходу», що дає змогу відмовитися від зайвих розрахунків, таких як ставки,

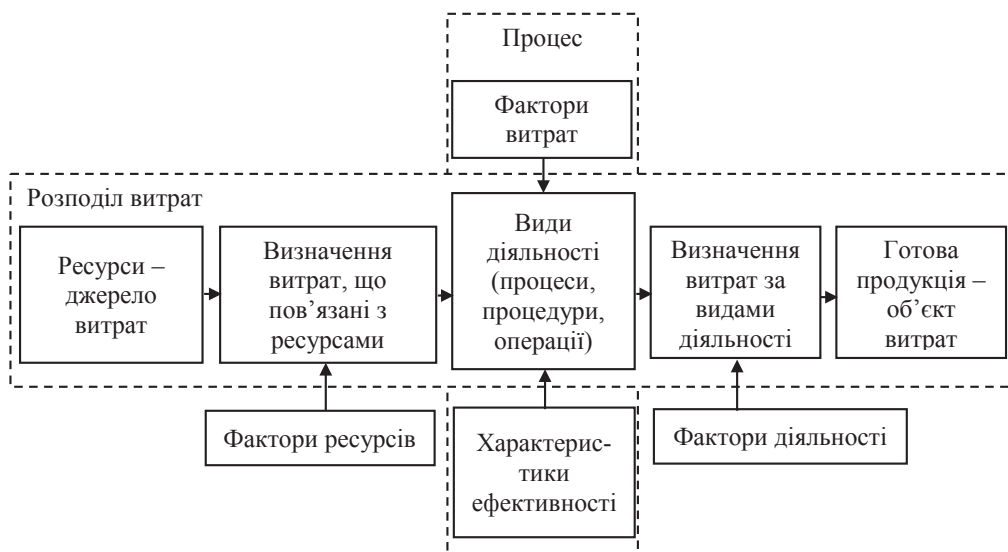


Рис. 1. Концептуальна схема ABC [3]

а відповідно, і значно зменшити затрати ресурсів та підвищити мобільність, оскільки в реальності ставок в рази більше, ніж представлено в прикладі. Пояснимо: під час розрахунку АВС-методом ураховуються всі постійні витрати, які розраховуються згідно з драйверами та ставками розподілу, що призводить до необхідності перерахунку за будь-яких змін структури, а також є досить ресурсоємними (людські ресурси та час) самі по собі, оскільки на реальних підприємствах таких драйверів та ставок може бути велика кількість, що фактично призводить до результату, коли отримані дані на час отримання не є актуальними. Використання ж «Маржинального підходу» дає змогу

діяти з постійними витратами за стандартною схемою: всі витрати, що раніше розподілялися через ставки, приймаються як єдина сума постійних витрат, що розподіляється згідно з маржинальним прибутком (ставки розподілу) та нівелює затрати часу на розрахунок драйверів, ставок та інших необхідних для АВС-методу показників, тоді як кінцеві результати є абсолютно співставними.

Також, згідно з табл. 1, стає зрозуміло, що гібридний метод дає змогу зберегти умову, що за ефективної діяльності підприємства всі продукти є як ефективними, так і навпаки. Також у ході розроблення методу виявилось, що всі процесні витрати можна звести до «змінно-постійних» сумарно, а

Таблиця 1

Порівняння класичного та гібридного методів АВС

Статті	Поршень	Гідронасос	Ванна
Вихідні дані			
Змінні витрати, грн.	400	400	400
Ціна	730	700	800
Кількість, шт.	10000	20000	30000
Кількість заявок	1200	1800	2000
Кількість переналадок	240	260	300
Контроль якості, грн.	8000000		
Переналадка обладнання, грн.	7600000		
Розрахункові дані класичним методом			
Ставка контролю якості	$8000000/(1200+1800+2000)=1600$		
Ставка переналадки обладнання	$7600000/(240+260+300)=9500$		
Проведення процедур контролю якості, грн.	$1600*1200/10000=192$	$1600*1800/20000=144$	$1600*2000/30000=107$
Проведення процедур переналадки, грн.	$9500*240/10000=228$	$9500*260/20000=124$	$9500*300/30000=95$
Повна собівартість, грн.	$400+192+228=820$	$400+144+124=668$	$400+107+95=602$
Прибуток, грн.	$730-820=-90$	$700-668=32$	$800-602=198$
Рентабельність, %	-	4,57	24,75
Прибуток загалом, тис. грн.	5700		
Розрахункові дані гібридним методом (повний варіант)			
Маржинальний прибуток, грн./од.	$730-400=330$	$700-400=300$	$800-400=400$
Маржинальний прибуток загалом, грн.	$330*10000=3300000$	$300*20000=6000000$	$400*30000=12000000$
Ставка контролю якості	$8000000/(3300000+6000000+12000000)=0,3756$		
Ставка переналадки обладнання	$7600000/(3300000+6000000+12000000)=0,3568$		
Проведення процедур контролю якості, грн./од.	$0,3756*330=123,94$	$0,3756*300=112,68$	$0,3756*400=150,23$
Проведення процедур переналадки, грн.	$0,3568*330=117,75$	$0,3568*300=107,04$	$0,3568*400=142,72$
Повна собівартість, грн./од.	$400+124+118=642$	$400+113+107=620$	$400+150+143=693$
Прибуток, грн./од.	$730-642=88$	$700-620=80$	$800-693=107$
Рентабельність, %	12,05	11,43	13,38
Прибуток загалом, тис. грн.	5700		
Розрахункові дані гібридним методом (оптимізований варіант)			
Маржинальний прибуток, грн./од.	$730-400=330$	$700-400=300$	$800-400=400$
Маржинальний прибуток загалом, грн.	21300000		
«Постійно-змінні витрати», грн.	$8000000+7600000=15600000$		
Ставка розподілу	$15600000/21300000=0,7324$		
Постійні витрати, грн./од.	$0,7324*330=241,69$	$0,7324*300=219,72$	$0,7324*400=292,96$
Повна собівартість, грн./од.	$400+242=642$	$400+220=620$	$400+293=693$
Прибуток, грн./од.	$730-642=88$	$700-620=80$	$800-693=107$
Рентабельність, %	12,05	11,43	13,38
Прибуток загалом, тис. грн.	5700		

не по процесах, та використовувати надалі інструменти «Маржинального підходу». Завдяки цьому значно спрощуються розрахунки та «усуваються» додаткові складники кінцевого результату. Надалі залежно від рівня процесу відбувається подальша калькуляція, або ж розподіл усіх інших витрат.

Як стало зрозуміло, гібридний ABC-метод є досить цікавим та ефективним інструментом подолання недоліків ABC та «Маржинального підходу», з одного боку, та поєднання переваг обох підходів – з іншого. Проте потрібно чітко розмежовувати ситуації, коли виникає необхідність у використанні того чи іншого інструменту залежності від типу виробництва та можливості розрахунку: попозиційно чи попроцесно. У зв'язку з отриманими зауваженнями прийняття рішення про впровадження системи оцінки ефективності та основні етапи такого впровадження набуває своєї візуалізації на рис. 2.

На основі етапів, що представлені на рис. 2 та в табл. 1, формується ефективна, а головне, практично універсальна система перебудови системи управління та планування діяльності підприємства для максимально ефективної роботи з мінімізованими затратами на її впровадження та підтримку діяльності. Даний підхід дає змогу нівелювати або ж знизити недоліки обох систем:

1) використання за наявності розподілу виробництва на відділи, дільниці без потреби значних часових та фінансових затрат на впровадження;

2) відсутня необхідність значних затрат на навчання персоналу та оптимізації наявної системи обліку;

3) отримання більш точних результатів оцінки.

Висновки з проведеного дослідження. У ході роботи підтверджено наявність переваг та недоліків у кожному з підходів: ABC-методу



Рис. 2. Етапи вибору та побудови оптимальної системи оцінки та управління ефективністю з імплементованим базисом «Маржинального підходу»

Джерело: скомпоновано автором на основі власних досліджень

та «Маржинального підходу». У зв'язку із зазначеними обмеженнями виникала ситуація, що за можливості попозичійної калькуляції може використовуватися «Маржинальний підхід», що є максимально адаптованим до сучасних ринкових умов вітчизняного промислового комплексу, але у разі попроцесної калькуляції необхідно використовувати «важкі» методи, такі як ABC-метод, що потребують додаткових значних затрат. Для нівелювання таких ситуацій та проблем було запропоновано використання гібридного ABC-методу, що поєднує у собі переваги ABC-методу та «Маржинального підходу». На конкретному прикладі продемонстровано об'єктивність результатів, що можуть бути отримані завдяки використанню такого підходу, а також підтверджено його відповідність умові, що інструмент має бути легким і

малозатратним та легко адаптуватися до наявної системи.

Додатково також сформовано схему етапів вибору інструменту для кожного конкретного випадку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Орлов О.А., Рясных Е.Г. Маржинальная прибыль в экономических расчетах на промышленных предприятиях. К.: Освіта України, 2011. 192 с.
2. World Economic Forum reports. URL: weforum.org/reports.
3. Метод «ABC» / Центр креативных технологий. URL: inventech.ru/pub/methods/metod-0028.
4. Метод ABC: попроцесное калькулирование затрат. URL: baguzin.ru/wp/?p=2642.
5. Статистична інформація Державної служби статистики. URL: ukrstat.gov.ua.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ

ORGANIZATION ASPECTS OF THE FUNCTIONAL PRINCIPLE RICKU PRACI

УДК 331.522.4

Писаренко С.В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права

Полтавська державна аграрна академія

Калашник О.В.

к.т.н. доцент кафедри підприємництва і права

Полтавська державна аграрна академія

Ганненко В.В.

студент

Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто методологічні аспекти функціонування ринку праці, виявлено переваги та недоліки на ринку трудових ресурсів, які сприяють поліпшенню його стану. Виявлено фактори впливу на формування ринку праці. Розглянуто ринок праці через маркетингову концепцію на ринку робочої сили, тобто через товарну форму робочої сили й повної переорієнтації на потреби її покупця (роботодавця).

Ключові слова: ринок праці, організація ринку праці, зайнятість, безробіття, товарна форма робочої сили.

В статье рассмотрены методологические аспекты функционирования рынка труда, выявлены преимущества и недостатки на рынке трудовых ресурсов, способствующих улучшению его состояния. Выявлены факторы влияния на формирование рынка труда. Рассмотрен рынок труда через

маркетинговую концепцию на рынке рабочей силы, то есть через товарную форму рабочей силы и полной переориентации на нужды ее покупателя (работодателя).

Ключевые слова: рынок труда, организация рынка труда, занятость, безработица, товарная форма рабочей силы.

In article dealt with methodological aspects of the functioning of the market of, found the advantages and disadvantages in the labour market to contribute to the improvement of his condition. he factors influencing the formation of the labor market are revealed. The labor market is considered through the marketing concept in the labor market, that is, through the commodity form of the workforce and a complete reorientation to the needs of its buyer (employer).

Key words: labor market, labor market organization, employment, unemployment, commodity form of labor.

Постановка проблеми. Перехід від планової економіки до ринкових відносин зумовив неминучість і необхідність виникнення ринку попиту та пропозиції робочої сили. Робоча сила стає товаром, оскільки в кожній працездатній людині з'являється можливість вільно розпоряджатися своєю робочою силою й пропонувати (продавати) її на своїй розсуд. За планової системи така воля була відсутня.

Переважно вирішуються поточні проблеми зайнятості й безробіття без загальної стратегії та державних програм, тому ситуація на ринку трудових ресурсів залишається складною й приймає затяжний характер. При цьому стало очевидним, що колишні теоретико-методологічні концепції та підходи до регулювання виниклого ринку трудових ресурсів практично знецінилися і мають потребу в заміні новими ринковими методами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасній економіці належне місце в розробленні даного питання займають праці вітчизняних учених-економістів А.З. Дадашева, С.А. Дятлова, Ю.М. Краснова, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, Л.О. Мармуль, Л.І. Михайлової, А.В. Чупіса, В.В. Юрчишина, К.І. Якуби, О.Г. Шпикуляка та ін. Однак у більшості наукових розробок недостатньо уваги приділено проблемам досліджень функціонування ринку праці, що й зумовило вибір об'єкта дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – розглянути методологічні аспекти функціонування ринку праці та виявити переваги і недоліки на ринку трудових ресурсів, які мають сприяти поліпшенню його стану.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В умовах ринкових відносин поряд із трудовим

законодавством діє саморегуляція процесів переміщення трудових ресурсів і зайнятості населення. Для певного впливу на ці процеси створюється відповідна соціально-економічна база, що сприяє поліпшенню умов життєдіяльності й праці робітників.

Слово «праця» у загальноприйнятому розумінні означає доцільну трудову діяльність людей із виробництва товарів, виконання робіт або надання послуг.

Як творець споживчих вартостей праця являє собою «...вічну природну умову людського життя, тому вона не залежить від якої б не було форми цього життя, а навпроти, однакова для всіх її суспільних форм» [1, с. 195]

Ф. Котлер у самому початку своєї відомої книги «Основи маркетингу» вже використовує термін «ринок праці»: «Може сформуватися ринок на якийсь товар, послугу або інший об'єкт, що має ціннісну значимість. Наприклад, ринок праці складається з людей, що бажають запропонувати свою робочу силу в обмін на заробітну плату або товари» [3, с. 17] Якщо це ринок товарів, а товаром є робоча сила, то логічніше використовувати термін «ринок робочої сили», адже на ринку купується не праця як процес, що буде мати місце після покупки, у процесі виробництва, а робоча сила людини, здатна до праці.

Спектр думок із питань теорії ринку праці або робочої сили наведеними висловленнями не обмежується. Так, у «Практичних радах діловим людям» приводяться слова: «Підприємця цікавить праця, її ефективність, а заробітна плата залежить не тільки від вартості робочої сили, а й від ефективності праці, попиту та пропозиції робочої сили як товару». Однак підприємець наймає працівника за задалегідь обговореною ціною робочої сили.

Розглянуті тут питання ще більше ускладнюються з уведенням поняття «послуга». Л.П. Киян, наприклад, уважає, що «об'єктом зв'язку на ринку праці виступає робоча сила, що представляє послуги праці» [5, с. 9]. Аналогічну думку висловлюють В.І. Марцинкевич та І.В. Соболева, які стверджують, що «на ринку праці покупець здобуває право на використання трудових послуг і одночасно вступає в контакт із вільною людиною, права якого він зобов'язаний дотримуватися» [5, с. 122]. Р.Д. Еренберг і Р.С. Сміт пишуть: «Умови, в яких роботодавці здобувають, а працівники пропонують свої послуги у сфері праці, утворюють свій ринок із кількох причин...». Тут багато проясняється, якщо уточнити, що ринок праці, а точніше, як було доведено вище, ринок робочої сили – це ресурсний ринок, ринок трудових ресурсів, а не ринок послуг праці.

Автор дотримується точки зору, що об'єктом купівлі-продажу на ринку робочої сили (трудова ресурсів) є не праця, а товар «робоча сила».

Подальший розгляд питань теорії ринку робочої сили наштовхує нас ще на одну важливу обставину. Справа в тому, що роботодавець, купуючи робочу силу, пропонує працівникові трудитися на певному робочому місці. Своєю чергою, і працівник, продаючи робочу силу, пред'являє попит на певну роботу, на певне робоче місце. Угода купівлі-продажу відбудеться, якщо має місце відповідність працівника вимогам робочого місця, а пропонуване працівникові робоче місце відповідає інтересам працівника. У сучасній ринковій економіці ця обставина одержала таке значення, що «...вже недостатньо говорити про ринок праці як ринок живої праці, й з'явилися вагомні підстави включити в ринок праці й ринок робочих місць, оскільки реально і постійно є попит на них і їхня пропозиція на ринку праці» [4, с. 6].

Тепер розглянемо механізм функціонування ринку робочої сили і теоретичні підходи до його дослідження.

В економічній теорії західних країн ринок робочої сили розглядається як ринок, де реалізується лише один із необхідних виробничих ресурсів. Можна виділити кілька підходів до аналізу функціонування сучасного ринку трудових ресурсів. Це передусім той підхід, в основі якого лежать постулати класичної політекономії. Прихильники цієї концепції (Дж. Перрі, Р. Хол, Д. Гілдер та ін.) вважають, що ринок робочої сили, як усі ринки, діє на основі цінової рівноваги, тобто основним ринковим регулятором служить ціна, у цьому разі – ціна робочої сили (заробітна плата). На їхню думку, саме за допомогою заробітної плати регулюються попит та пропозиція робочої сили, підтримується їх рівновага.

Для ефективної трудової та соціальної реалізації робочої сили після оцінки стану та тенденцій

розвитку ринку праці для успішного формування власної кар'єри необхідно правильно вибрати професію. Сьогодні більша частина молоді прагне отримати медичну, економічну, юридичну освіту. Проте нині зростає попит на робітників високої кваліфікації, які володіють новими професіями: спеціалістів – фахівців у галузі інформатизації, сфері ділових та інформаційних послуг. Найбільше шансів працевлаштування мають представники таких професій, як кваліфіковані робітники з інструментом, оператори та складальники устаткування і машин, слюсарі тощо [2, с. 28].

Становить інтерес ще один розповсюджений теоретичний підхід до механізму формування й функціонування ринку робочої сили – так звана школа інституціоналістів (Дж. Данлоп, Л. Ульман і ін.). Прихильники цього напрямку основну увагу приділяють аналізу професійних і галузевих розбіжностей у структурі робочої сили та відповідних рівнів заробітної плати. Потрібно віддати належне представникам цієї школи, оскільки рівень заробітної плати в окремих галузях у всіх країнах має істотні розходження. Разом із тим тут простежується відхід від макроекономічного аналізу й прагнення пояснити характер ринку особливостями динаміки окремих галузей і професійних демографічних груп.

Таким чином, жоден із перерахованих підходів не дає повної й адекватної картини механізму функціонування ринку робочої сили, хоча вони і відображають окремі його елементи.

Рівень якісного складу кадрів керівників і фахівців багато в чому визначає й рівень ефективності функціонування тієї чи іншої господарської системи, оскільки від особистих якостей цих працівників, їх загальноосвітнього та кваліфікаційного рівнів залежать якість прийнятих рішень і результати їх реалізації. Аналіз якісного складу кадрів передбачає вивчення працівників за статтю, віком, освітою, кваліфікацією, стажем роботи та іншими соціально-демографічними ознаками (табл. 1).

Рівень якісного складу управлінського персоналу визначає рівень ефективності функціонування підприємства, тому що від особистих властивостей працівників, їх загальноосвітнього і кваліфікаційного рівнів залежать якість управлінських рішень і результати їх реалізації (табл. 1).

Проаналізувавши якісний склад персоналу ДП «ДГ «Степне», слід зазначити, що середньооблікова чисельність працівників зменшилася в 2016 р. порівняно з 2012 р. на 5,4%. Характеризуючи працівників за віковим складом, слід відзначити, що в досліджуваному підприємстві більшу питому вагу займають працівники у віці від 15 до 34 років, спостерігається як зменшення персоналу, так і зростання по всіх вікових категоріях.

Так, у віці від 15 до 34 років чисельність персоналу збільшується на 3,9%, у віці від 34 до

50 років показник майже не змінився, від 50 до 54 років відбулося зменшення чисельності працівників на 62,5%, а у віці від 54 до 59 років кількість персоналу також зменшилася на 66,7%; пенсіонери також задіяні у виробничому процесі, хоча

отримують пенсію, (32 особи в базовому році та 35 – у звітному році). Пенсію отримують із різних причин: по інвалідності, на пільгових умовах та за віком. Аналізуючи показники якісного складу персоналу у ДП «ДГ «Степне», хотілося б відзначити

Таблиця 1

**Динаміка якісного складу персоналу ДП «ДГ «Степне»
Полтавського району, 2012–2016 рр.**

Показники	Роки					Відхилення 2016 р. у % до 2012 р.
	2012	2013	2014	2015	2016	
Середньооблікова чисельність працівників, всього осіб	312	285	293	305	295	94,6
Чисельність працівників у віці (років):						
15-34 років	154	150	150	163	160	103,9
з них молодь віком 15-24 років	8	5	6	6	5	62,5
34-50 років	120	118	129	128	121	100,8
50-54 років	32	13	12	12	12	37,5
54-59 років	6	4	2	2	2	33,3
Чисельність працівників, які закінчили вищі навчальні заклади:						
I-II рівнів акредитації	264	226	226	236	220	83,3
III-IV рівнів акредитації	48	59	67	69	75	156,3
Чисельність працівників, що отримують пенсію, всього осіб						
у т. ч.: на пільгових умовах	3	3	2	2	2	66,7
за віком	24	24	26	28	27	112,5
по інвалідності, всього	5	5	6	6	6	120,0
з них III групи	1	1	1	1	1	100,0
Навчено новим професіям, осіб	-	-	-	-	-	-
Підвищили кваліфікацію, осіб	3	2	2	1	1	33,3

Таблиця 2

**Динаміка показників руху та плинності персоналу ДП «ДГ «Степне»
Полтавського району, 2012–2016 рр.**

Показники	Роки					Відхилення 2016 р. до 2012 р.	
	2012	2013	2014	2015	2016	+, -	%
Середньооблікова чисельність штатних працівників, осіб	269	275	289	272	275	6,0	102,2
Середньооблікова чисельність працівників в еквіваленті повної зайнятості, осіб	256	261	275	258	261	5,7	102,2
Кількість працівників, які працювали в умовах неповного робочого дня, осіб	37	4	5	12	15	-22,0	40,5
Середньооблікова чисельність працівників, зайнятих у с.-г. виробництві, всього осіб							
із них задіяні у: рослинництві	120	121	137	121	103	-17	85,8
тваринництві	152	148	130	124	127	-25	83,6
Прийнято працівників, усього осіб	67	53	68	95	85	18,0	126,9
Вибуло працівників, усього осіб	59	42	64	109	108	49,0	183,1
Плинність кадрів	59	42	64	109	108	49,0	183,1
Облікова чисельність штатних працівників на кінець звітної періоду	242	248	260	245	254	11,9	104,9
Чисельність працівників, що змінилася, осіб	59	42	64	95	85	26,0	144,1
Інтенсивність обороту із прийняття, %	26,2	20,3	24,8	36,8	32,5	6,3	124,1
Інтенсивність обороту зі звільнення, %	23,1	16,1	23,3	42,2	41,3	18,3	179,1
Рівень загального обороту персоналу, %	49,3	36,4	48,1	78,9	73,9	24,6	149,8
Рівень загального приросту персоналу, %	3,1	4,2	1,5	-5,4	-8,8	-11,9	-281,2
Рівень стабільності персоналу, %	76,9	83,9	76,7	57,8	58,7	-18,3	76,3

чисельність працівників, які закінчили навчальні заклади та мають освіту. Так, навчальні заклади I-II рівнів акредитації закінчили 264 працівника в 2012 р. та 220 працівників у 2016 р., навчальні заклади III-IV рівнів акредитації у досліджуваному підприємстві закінчили 48 осіб у 2012 р., та 75 осіб у 2016 р. Підприємство приділяє незначну увагу підвищенню кваліфікації своїх працівників, а отже, за досліджуваний період підвищення кваліфікації пройшла лише одна особа.

Рух та плинність персоналу досліджуваного господарства розглянемо в табл. 2. Таким чином, як уже відзначалося, середньооблікова чисельність працівників у 2016 р. зменшилася на шість осіб.

Середньооблікова чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві зменшилася із 275 осіб у 2012 р. до 230 осіб у 2016 р. Прийнято на роботу 85 працівників, що на 18 осіб більше, ніж у базисному році, а вибуло 108 працівників, що також на 49 осіб більше, ніж у 2012 р. Такі показники викликані значною трудовою міграцією.

Рівень загального приросту персоналу є негативним та коливається від 3,1% у 2012 р. до -8,8% у 2016 р., рівень стабільності персоналу також зменшується на 23,7%.

Специфічні особливості ринку робочої сили, що накладають відбиток на його формування, функціонування й на методологію аналізу складних на ньому соціально-економічних відносин, можна звести в таке угруповання:

1. Невіддільність прав власності на товар «робоча сила» від її власника.
2. Тривалість контактів продавця й покупця робочої сили.
3. Наявність великої кількості організаційних структур, законодавчих положень і різних програм зайнятості населення.
4. Високий ступінь індивідуальних угод, що виходять за рамки юридично оформлюваних відносин.

Однією з найважливіших умов переходу до ринкової економіки є розроблення та виконання програми створення ефективно функціонуючого ринку робочої сили. Перспективи розвитку вітчизняного ринку трудових ресурсів, безсумнівно, пов'язані з використанням маркетингової концепції на ринку робочої сили.

На сучасному етапі розвитку суспільства, коли відбувається корінне перетворення економіки, виникають якісно нові вимоги до формування людини як потенційного працівника, а також

необхідність створення соціально-економічних передумов і умов, що забезпечують більш повну реалізацію можливостей людського фактору й використання його трудового потенціалу. Досвід більшості високорозвинених країн свідчить про те, що найбільших успіхів домоглися ті з них, які здійснили переорієнтацію своїх економік з екстенсивного на інтенсивний шлях розвитку, коли їхня міць стала опиратися на максимальну реалізацію творчого й інтелектуального потенціалу своїх співгромадян.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у сучасній ринковій економіці головне – це розвиток продуктивних чинників, активізація людського фактору. Першим продуктивним чинником в економіці є робітник у складі трудових ресурсів суспільства. Працею його створюється економіка. І треба створювати такий господарський механізм і такі виробничі відносини, щоб праця стала високоефективною.

Вирішення проблем використання трудових ресурсів вимагає остаточного визнання товарної форми робочої сили й повної переорієнтації на потреби її покупця (роботодавця). Варто також визнати, що колишні теоретико-методологічні концепції й підходи до регулювання ринку трудових ресурсів і зайнятості населення, що формується, практично знецінилися й мають потребу в заміні методами з орієнтацією на ринок. Інакше кажучи, перспективи розвитку вітчизняного ринку трудових ресурсів повинні бути тісно пов'язані з реалізацією принципів і методів сучасного маркетингу. При цьому, головне, від простої констатації маркетингової діяльності необхідно перейти до конструктивної роботи з використання маркетингу для подолання наявного відставання у застосуванні маркетингових методів від сучасних вимог ринку трудових ресурсів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дадашев А.З. Регіональний ринок праці: формування й ефективність управління. Питання економіки. 1995. № 5. С. 194–199.
2. Дядик Т.В. Трудова та соціальна реалізація робочої сили на ринку праці. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2010. № 4(2). С. 27–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2010.
3. Киян Л.П. Маркетинг рынка труда. Воронеж: Воронеж, ун-т, 1995. 523 с.
4. Павленков В.А. Рынок труда. М.: Анкил, 1992. – 234 с.
5. Рофе А.И., Жуков А.М. Теоретические основы экономики и социологии труда. М.: МИК, 1999. 330 с.

ЛОГІСТИЧНО-ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ: ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА РЕІНЖИНІРИНГУ

LOGISTICS AND SUPPLY ACTIVITIES: FEATURES OF IMPLEMENTATION, ADMINISTRATION, AND REENGINEERING

УДК 658:005.932.5

Телішевська О.Б.

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет
«Львівська політехніка»

Жежуха В.Й.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет
«Львівська політехніка»

Овчарук В.В.

к.е.н., доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет
«Львівська політехніка»

У статті конкретизовано місце логістично-постачальницької діяльності у системі логістичної діяльності підприємств загалом, а також окреслено її межі і висвітлено загальні положення її здійснення, адміністрування та реінжинірингу. Логістично-постачальницьку діяльність запропоновано розглядати як узагальнену послідовність процесів замовлення, закупівлі, транспортування та зберігання. Наведено загальну характеристику логістично-постачальницьких процесів. Розглянуто місце логістично-постачальницької діяльності у системі операційної діяльності компанії загалом. Наведено відмінності між такою діяльністю та матеріально-технічним постачанням. Відображено причини виокремлення й ґрунтовного вивчення інструментарію здійснення, адміністрування та реінжинірингу логістично-постачальницької діяльності підприємств.

Ключові слова: адміністрування, логістика, логістично-постачальницька діяльність, підприємство, реінжиніринг.

В статье конкретизировано место логистическо-снабженческой деятельности в системе логистической деятельности предприятий в целом, а также обозначено ее границы и освещено общие положения ее осуществления, администрирования и реинжиниринга. Логистическо-снабженческую деятельность предложено рассматривать как обобщенную последовательность процессов заказа, закупки, транспортировки и хранения. Приведена общая характеристика логистическо-снабженческих

процессов. Рассмотрено место логистическо-снабженческой деятельности в системе операционной деятельности компаний в целом. Приведены различия между такой деятельностью и материально-техническим снабжением. Отражены причины выделения и основательного изучения инструментария осуществления, администрирования и реинжиниринга логистическо-снабженческой деятельности предприятия.

Ключевые слова: администрирование, логистика, логистическо-снабженческая деятельность, предприятие, реинжиниринг.

The article specifies the place of logistics and supply activities in the system of logistics activity of enterprises in general, as well as outlines its boundaries and highlights the general provisions for its implementation, administration, and reengineering. Logistics and supply activities are proposed to be considered as a generalized sequence of order, procurement, transportation, and storage processes. A general characteristic of logistics and supply processes is given. The place of logistics and supply activity in the system of operating activities of enterprises in general is considered. Differences between such activities and equipment and material procurement are given. Reasons for the selection and thorough studying of tools of the implementation, administration, and reengineering of logistics and supply activities of enterprises are shown.

Key words: administration, logistics, logistics and supply activity, enterprise, reengineering.

Постановка проблеми. Проблеми логістично-постачальницької діяльності, її здійснення, адміністрування та реінжиніринг у реаліях сьогодення є важливими й актуальними для підприємств. Це пов'язано передусім із тим, що в останні роки спостерігається щільна кореляція між системами постачання та конкурентоспроможністю суб'єктів підприємницької діяльності. Інша причина актуалізації цього напрямку дослідження у теорії і практиці – постійне зростання вартості матеріально-технічного потоку від постачальників до складів підприємства (як, зрештою, і потоків готової продукції від виробника до кінцевих споживачів чи посередників).

Як відомо з теорії і практики, сфера логістично-постачальницької діяльності у багатьох компаніях є доволі складною, адже постачання може охоплювати значне різноманіття матеріально-технічних ресурсів, що постачаються від різних постачальників (у т. ч. й іноземних). Окрім того, нерідко під час постачання необхідних ресурсів слід ураховувати і наявність внутрішнього постачання. Загалом теорією та практикою доведено,

що у ринкових умовах господарювання ефективність логістично-постачальницької діяльності підприємств багато в чому підвищує їхню конкурентоспроможність і дає змогу зберегти та утримати конкурентні позиції на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретико-прикладних положень у сфері здійснення, адміністрування та реінжинірингу логістично-постачальницької діяльності підприємств зробило чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких варто виокремити праці В. Алькеми, А. Андрушко, Н. Антоненка, І. Бажина, М. Белянцева, М. Васелевського, А. Гаррісона, А. Гаджинського, О. Гірної, Л. Грамсика, М. Денисенка, Т. Дудара, О. Зборовської, Т. Іманова, Л. Казаріної, А. Кальченко, З. Каїри, І. Канахіна, Є. Крикавського, О. Кузьміна, В. Кислого, К. Ковтуна, Т. Колодзієвої, І. Крестона, М. Крістофера, О. Куницької, Д. Курбанова, О. Лактіонової, Р. Ларіної, О. Лотиша, К. Мельникової, А. Молчанової, Т. Москвітіної, Б. Мізюка, Л. Міротіна, М. Одрехівського, М. Окландера, О. Орлова, В. Ридзковського, Н. Струк, А.М. Тка-

ченко, Л. Фролової, Н. Чухрай, Л. Шевців, Л. Якимшин та багатьох інших. Основними науковими доробками авторів у цій сфері є розвиток сутності поняття «логістика постачання», типологія видів логістично-постачальницької діяльності, ідентифікування структури витрат на її здійснення тощо. Попри чималу кількість напрацювань у цій сфері, низка актуальних завдань із указаної тематики досі не розв'язана. Зокрема, потребує конкретизації місце логістично-постачальницької діяльності у системі логістичної діяльності підприємств загалом, а також чітке окреслення її меж. Не менш важливим є висвітлення загальних положень здійснення, адміністрування та реінжинірингу логістично-постачальницької діяльності.

Постановка завдання. Метою дослідження є конкретизація місця логістично-постачальницької діяльності у системі логістичної діяльності підприємств загалом, а також чітке окреслення її меж і висвітлення загальних положень її здійснення, адміністрування та реінжинірингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення теорії і практики дає змогу зробити висновок про те, що логістично-постачальницька діяльність підприємств узагальнено охоплює

послідовність «процеси замовлення – процеси закупівлі – процеси транспортування – процеси зберігання» (рис. 1).

Огляд й узагальнення літературних джерел дає змогу стверджувати, що в науковій літературі до логістично-постачальницької діяльності інколи відносять й операції з транспортування готової продукції від складу до споживача чи посередника. Такого бачення дотримуються А. Мосальов та В. Ларкін [1, с. 21]. Разом із тим доцільно зауважити, що спектр таких операцій охоплюється іншим економічним терміном, а саме збутом. Отже, очевидно, що постачання матеріально-технічних ресурсів на склади підприємства і постачання готової продукції замовникам – це кардинально інші сфери, у т. ч. з позиції логістики, тому повинні розглядатися окремо.

Розглядаючи, наприклад, процес пошуку постачальників, доцільно наголосити, що такий вибір безпосередньо впливатиме на час постачання матеріально-технічних ресурсів. Загалом з урахуванням наведеної узагальненої послідовності логістично-постачальницької діяльності підприємств шляхи зменшення витрат на таку діяльність, її адміністрування та реінжиніринг можуть

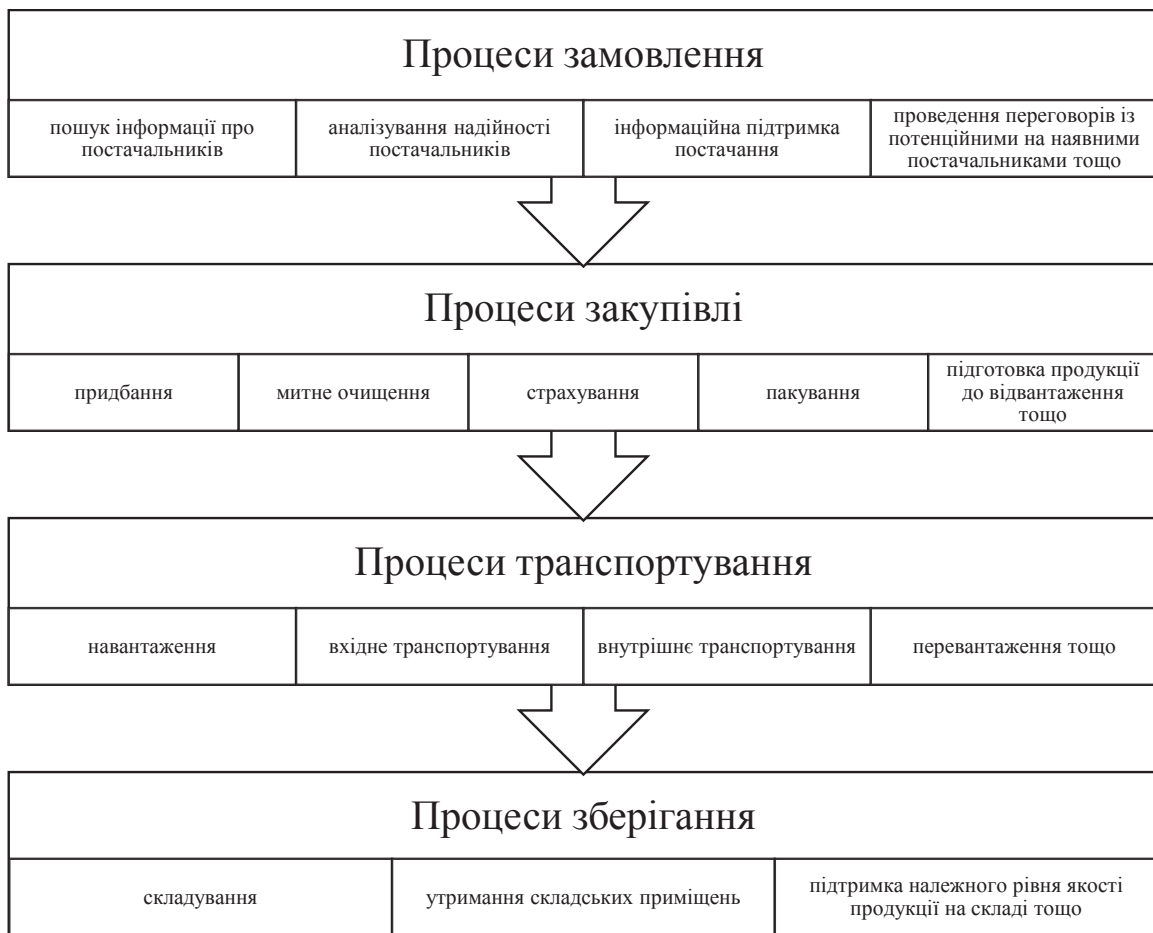


Рис. 1. Узагальнена послідовність логістично-постачальницької діяльності підприємств

Джерело: сформовано авторами

виявлятися на будь-якому її етапі. Наприклад, у межах процесів зберігання матеріально-технічних ресурсів оптимізування витрат на логістично-постачальницьку діяльність суб'єктів господарювання може здійснюватися шляхом скорочення чисельності працівників складів; скорочення часу, що затрачається на приймання товарів на склад; упровадження інформаційних технологій управління продукцією на складі тощо. Під час процесів транспортування витрати на логістично-постачальницьку діяльність підприємств можуть бути оптимізованими завдяки оптимізуванню кількості та видів транспортних засобів, що здійснюють перевезення, розробленню оптимальних маршрутів перевезень, удосконаленню технічного забезпечення транспортних засобів тощо.

Очевидно, що процеси здійснення, адміністрування та реінжинірингу логістично-постачальницької діяльності підприємств пов'язані із різноманітними логістично-постачальницькими потоками, які, своєю чергою, характеризуються просторово-часовою послідовністю. Водночас проблема полягає у тому, що чимало вітчизняних керівників доволі поверхнево знайомі зі здійсненням постачання на засадах використання інструментів логістики. Ефективне управління постачанням на принципах логістики й кваліфіковане формування відповідних бізнес-процесів дає змогу ефективно планувати операційну діяльність підприємств.

Вивчення теорії і практики, а також результати власних досліджень дають змогу стверджувати, що метою логістично-постачальницької діяльності підприємств є повне, надійне та своєчасне забезпечення операційної діяльності. Логістично-постачальницькі процеси передбачають не лише рух матеріально-технічних ресурсів на підприємство, а й управління відповідними потоками фінансових активів, інформації, документації, а також охоплюють процеси підготовки матеріально-технічних ресурсів до використання у виробництві.

Логістично-постачальницька діяльність підприємств в умовах сьогодення є важливим складником операційної системи загалом. Наприклад, будь-які необґрунтовані управлінські рішення щодо вибору постачальників можуть призвести до неритміч-

ності виробництва, простоїв обладнання, нераціонального енерговитрачання, підвищення собівартості виробництва, зниження продуктивності праці тощо. Варто погодитися з думкою А.В. Андрєєва [2, с. 116], згідно з якою різні відхилення в логістично-постачальницьких процесах суб'єктів господарювання знижують їхню конкурентоспроможність. Як слушно зауважує Л.М. Лапицька [3, с. 92], процес переходу від традиційного постачання до логістично-постачальницької діяльності доволі складний та потребує часу, фахівців і чималих ресурсів.

З урахуванням вивчення теорії і практики можна зробити висновок про те, що основною метою логістично-постачальницької діяльності підприємств є забезпечення надійного постачання матеріально-технічних ресурсів відповідної якості, необхідної кількості у відповідні терміни від надійного постачальника за прийнятною ціною. Варто погодитися з думкою А.С. Конєвої та Є.С. Телегіної [4, с. 321], що основними напрямками діяльності постачання в компаніях є такі:

- формування надійного і безперервного матеріального потоку для забезпечення безперебійного функціонування підприємства;
- підтримка нормативного рівня запасів матеріальних ресурсів на складах;
- пошук надійних постачальників, тісна взаємодія із ними і побудова взаємовигідних партнерських відносин;
- підтримка та підвищення якості різних матеріально-технічних ресурсів тощо.

Узагальнення теоретичного та практичного досвіду дає змогу стверджувати, що логістично-постачальницьку діяльність підприємств слід відокремлювати від класичного матеріально-технічного постачання, оскільки між цими поняттями є низка принципових відмінностей (табл. 1).

Сьогодні суб'єкти господарювання розглядають свою логістично-постачальницьку діяльність комплексно з позиції досягнення стратегічних і тактичних цілей функціонування, меншою мірою зосереджуючись на аналізованні окремих операцій із постачання. Варто звернути увагу й на те, що сучасний підхід до управління логістично-пос-

Таблиця 1

Відмінності між логістично-постачальницькою діяльністю та матеріально-технічним постачанням

Параметри	Логістично-постачальницька діяльність	Матеріально-технічне постачання
Обсяги постачання	Постачання з урахуванням реальних потреб виробництва	Постачання із запасом
Рівень розвитку	Продуманий стратегічно спрямований рівень	Низький рівень розвитку, більшою мірою спрямований на тактичний рівень
Суб'єктний склад	Залучені як лінійні керівники та працівники, так і спеціалізовані підрозділи	Залучені здебільшого спеціалізовані підрозділи
Пріоритетність політики управління	Логістично-постачальницькі операції є щоденною необхідністю	Політика логістично-постачальницьких операцій є другорядною

Джерело: сформовано авторами

чальницькими витратами охоплює спектр різноманітних знань, що стосуються, зокрема, законодавчої бази, оподаткування, дотримання вимог до упакування та маркування, виконання приписів митно-тарифного регулювання, залучення транспортно-експедиційних посередників тощо.

В економічній літературі [3; 5–7] зазначається, що логістично-постачальницька підсистема підприємства спільно з різними іншими дотичними підсистемами формує фізичний (матеріальний) потік, на вході якого перебувають постачальники, транспортні організації, комерційні посередники та інші суб'єкти, а також безпосередньо логістично-постачальницькі ресурси. Каналами товароруку такі ресурси спрямовуються безпосередньо у виробничу підсистему організації. Лише всі чітко налагоджені ланки логістично-постачальницької діяльності починаючи від збирання й аналізування інформації про постачальників дають змогу досягти фінансової успішності.

У літературі наведено, обґрунтовано й охарактеризовано основні принципи логістично-постачальницької діяльності підприємств, дотримання яких сприяє ефективному її здійсненню, адмініструванню та реінжинірингу. Зокрема, у роботі Л.М. Лапицької [3, с. 93–94] до переліку таких принципів віднесено:

– системний підхід – сприяє забезпеченню ефективності використання різних ресурсів шляхом узгодженості процесів постачання та виробництва;

– синергізм – передбачає поєднання різних елементів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, що в підсумку розширює можливості синергетичного потенціалу логістично-постачальницької діяльності;

– емерджентність – логістично-постачальницька діяльність сприяє формуванню нових властивостей цих процесів, що сприяють підвищенню рівня їхньої надійності й ефективності;

– конгруентність – інструментарій логістично-постачальницької діяльності дає змогу забезпечити відповідність одних параметрів іншим (наприклад, відповідність виробничих запасів потребам виробництва), що сприяє ефективності виробництва;

– адаптивність – здатність логістично-постачальницької діяльності адаптуватися як під зміни виробництва, так і під нові вимоги ринку.

Враховуючи результати досліджень Л.С. Федорова [8, с. 29], слід указати, що необхідність виокремлення й ґрунтовного вивчення інструментарію здійснення, адміністрування та реінжинірингу

логістично-постачальницької діяльності підприємств зумовлена такими основними причинами:

– необхідністю виокремлення власне цієї діяльності з-поміж усіх інших видів діяльності для більш ефективного управління нею;

– можливістю узгодження інтересів учасників логістично-постачальницького ланцюга під час розподілу між ними синергетичного ефекту;

– необхідністю управління логістично-постачальницькими процесами за принципом «наближення до споживача».

Висновки з проведеного дослідження. Реалії сьогодення вимагають від вітчизняних підприємств акцентувати увагу не лише на сферу продажу, а й на процеси постачання, які багато в чому визначають ефективність збуту продукції. Отже, важливим є комплексне розуміння логістично-постачальницької діяльності, уникнення помилковості в ідентифікуванні її меж, а також упровадження дієвих інструментів її здійснення, адміністрування та реінжинірингу в різних площинах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мосалев А.И., Ларкин В.А. Актуальность инвестиций в логистическую систему предприятий пищевой промышленности. Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. 2012. № 7. С. 17–27.
2. Андреев А.В. Основные тенденции формирования логистики снабжения и запасов в деятельности зарубежных компаний. Транспортное дело России. 2011. № 4. С. 115–117.
3. Лапицкая Л.М. Закупочная логистика в сфере снабжения промышленного предприятия. Вестник Гомельского государственного технического университета им. П.О. Сухого. 2000. № 1(1). С. 92–95.
4. Конева А.С., Телегина Е.С. Основные аспекты политики снабжения на предприятии. Вестник Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. № 20. С. 320–326.
5. Копець К. Функціонування ринку логістичних послуг у Польщі. Університетські наукові записки. 2017. № 3(23). С. 306–311.
6. Куницька О.М., Мержиєвська Є.В. Управління запасами з використанням сучасних підходів до логістики та маркетингу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». 2009. № 649. С. 193–197.
7. Радецька О.О. Роль логістичних витрат у підвищенні конкурентоспроможності продукції. Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. 2003. № 5. Ч. 2. Т. 2. С. 189–191.
8. Федеров Л.С. К вопросу о логистических издержках. Вестник транспорта. 2005. № 4. С. 29–32.

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МЕТОДУ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

VALUATION METHOD BACKGROUND OF INTELLECTUAL ENTERPRISE CAPITAL ASSESSMENT

Статтю присвячено особливостям вибору методу оцінки інтелектуального капіталу підприємства. Виявлено основні проблеми оцінювання інтелектуального капіталу підприємства. Узагальнено досвід і проведено критичний аналіз методологічних підходів до оцінки інтелектуального капіталу підприємства в умовах невизначеності. Обґрунтовано використання системи збалансованих показників як метода оцінки інтелектуального капіталу підприємства в умовах невизначеності. Як напрям подальших досліджень відзначено перспективність розроблення системи залежних і незалежних показників, що описують вартісні результати діяльності та наявні в компанії інтелектуальні ресурси.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, оцінка інтелектуальних ресурсів підприємства, система збалансованих показників, невизначеність, нематеріальні показники.

Статья посвящена особенностям выбора метода оценки интеллектуального капитала предприятия. Выявлены основные проблемы оценивания интеллектуального капитала предприятия. Обобщен опыт и проведен критический анализ методологических подходов к оценке интеллектуального капитала предприятия в условиях неопределенности. Обосновано использование системы сбалансированных показателей в качестве метода оценки интеллекту-

ального капитала предприятия в условиях неопределенности. В качестве дальнейших исследований отмечается перспективность разработки системы зависящих и независимых показателей, описывающих стоимостные результаты деятельности и имеющиеся у компании интеллектуальные ресурсы.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, оценка интеллектуальных ресурсов предприятия, система сбалансированных показателей, неопределенность, нематериальные показатели.

The article is related to features for choosing the method of the enterprise's intellectual capital estimating. The estimation of basic problems of enterprise's intellectual capital are revealed. The experience is generalized and a critical analysis of methodological approaches to the estimation of enterprise's intellectual capital in the conditions of uncertainty is carried out. The use of balanced indicators system as a method of enterprise's intellectual capital estimation in the conditions of uncertainty is substantiated. As a way of further research, the developing prospect a system of dependent and independent indicators describing cost performance and available intellectual resources in the company is noted.

Key words: intellectual capital, estimation of enterprise intellectual resources, system of balanced indicators, uncertainty, non-material indicators.

УДК 658.1

Тимохова Г.Б.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та права
Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»

Місюченко А.А.

студент
Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»

Постановка проблеми. У контексті актуалізації розвитку концепції інтелектуального капіталу особливе значення має вдосконалення саме аналітично-оціночних процедур формування та використання інтелектуальних ресурсів вітчизняними підприємствами в умовах невизначеності, неповноти інформації. Це пов'язано з тим, що власники капіталу потребують отримання найбільш повної інформації для оцінки прибутковості власного капіталу, потенційних можливостей її збільшення та пошуку засобів утримання своїх конкурентних позицій як на вітчизняному, так і на світовому ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення інтелектуального капіталу, його оцінки на підприємствах присвячені роботи таких вітчизняних і зарубіжних учених: Г. Беккера, К. Бредлі, В. Голубкіна, Д. Даффа, Л. Едвінссона, Н. Івлієвої, В. Іноземцева, О. Кендюхова, М. Мелюна, Т. Момот, С. Пайка, Й. Руусу, Т. Сакайя, П. Самуельсона, Г. Сент-Онджа, Т. Стюарта, Дж. Тиса, Л. Фернстрьома, А. Чухна, Т. Шульца та ін. Проблеми управління інтелектуальним капіталом вирішують у своїх роботах: Е. Брукінг, К. Мамонов, Г. Назарова, І. Просвирина, І. Ткач, О. Чала та ін.

Разом із тим питання, пов'язані з оцінкою процесу трансформації інтелектуального капіталу в підсумкові показники діяльності компаній, нині залишаються дискусійними, незважаючи на наявність великого пулу емпіричних досліджень і робіт, що розглядають і оцінюють вплив нематеріальних активів та їх складників на створення доданої вартості. Крім того, не існує однозначних доказів про значимість зв'язку між інтелектуальним капіталом і індикаторами, що відображає результативність діяльності організації. Наявні методи оцінки ділової репутації працюють тільки в стабільному бізнес-середовищі, де прогностичний період діяльності підприємства визначається терміном у три-п'ять років. В українських реаліях прогностичний період діяльності підприємств скорочується до одного року і менше. Крім того, більш ніж 40% вітчизняних підприємств є збитковими [1]. Бізнес-середовище українських підприємств є дуже нестабільним і невизначеним, а кількісна й якісна оцінки інтелектуального капіталу дають змогу сформулювати довгострокову стратегію підприємства в умовах невизначеності.

Постановка завдання. Метою статті є системне структурування процесу вибору метода

вартісної оцінки інтелектуального капіталу українського підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Теорія інтелектуального капіталу виникла нещодавно і нині перебуває у фазі свого становлення. Треба зазначити, що в Україні не розроблено закону чи положення, за допомогою якого б здійснювалося регулювання інтелектуального капіталу, використання творчих та професійних здібностей співробітників на підприємстві не регулюється, відсутня єдина форма звітності використання інтелектуального капіталу на підприємстві. Конституція України є основним законом, який охороняє інтелектуальну діяльність в Україні. Згідно зі ст. 41 Конституції України, «кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності». А такі документи, як П(С)БО 8 [2] та Податковий кодекс [3], тільки регламентують загальний порядок операцій із нематеріальними активами, до яких віднесено інтелектуальний капітал. Більше того, інтелектуальний капітал важко враховувати й оцінювати, якщо він не поставлений на бухгалтерський баланс. Багато нематеріальних активів є продуктами творчої діяльності й мають відношення до духовних цінностей. Із погляду визнання таких активів основна складність полягає у необхідності ідентифікувати подібні активи й оцінити їх вартість. Наприклад, розмиті права власності можуть виникати внаслідок того, що складно виключити з користування певні інтелектуальні ресурси, зокрема інформаційні бази даних компанії. Властивість нематеріальності призводить до інформаційної асиметрії і труднощів формування ринків інтелектуальних ресурсів. Частина властивостей є базовими, інші – скоріше похідними від базових, але також повинні братися до уваги під час розроблення систем вимірювання [4].

Вищезначене доводить, що дана економічна категорія або розглядається переважно із соціально-правового погляду, або вченими досліджуються характеристики лише його окремих складників, тоді як питання економічної діагностики та оцінки інтелектуального капіталу промислових підприємств донині практично не вирішувалися.

Оцінка інтелектуального капіталу полягає в отриманні вигоди від уведення складників інтелектуального капіталу в оборот як усередині підприємства, так і в зовнішньому середовищі. Найбільший інтерес представляє саме процес ринкової реалізації інтелектуальної власності, що призводить до формування ринку інтелектуального капіталу та забезпечення доходу компанії від взаємодії з ним. Оскільки нині немає єдиного стандарту обліку інтелектуальних активів, вибір показників для аналізу залежить від стратегії, цілей бізнесу і масштабу поставлених завдань.

Інтелектуальний капітал підприємства характеризується якісною інформацією. Ця особливість інтелектуального капіталу ускладнює можливість оцінки в умовах невизначеності. Зупинимося на відмінних властивостях, що впливають на вимір та оцінку інтелектуальних ресурсів підприємства. Огляд літератури з даної проблематики [4–14] дає змогу виділити такі властивості:

- невідчутність. До знань, досвіду, кваліфікації, творчих здібностей співробітників не можна доторкнутися, це ж стосується іміджу компанії, а моральні цінності не можна побачити;

- ефект значних часових затримок. Існує необхідність у часі, щоб отримати ефект від великих інвестицій у людський та інноваційний капітал, тобто існує часовий лаг, який відкладає загальне і негайне отримання зиску від таких інвестицій. Емпіричні дослідження демонструють, що середня тривалість очікування ефекту від досліджень і розробок становить приблизно п'ять-дев'ять років [5];

- ефект із ненульовою сумою. На відміну від традиційних активів, представлених у звітах, потоки, пов'язані з інтелектуальним капіталом, не завжди додаються до нуля. Наприклад, величезні фінансові інвестиції в розроблення нових інформаційних систем можуть бути витрачені марно, якщо інформаційні системи не підходять компанії або якщо сама компанія не схвалює їх використання [6];

- закон висхідної граничної віддачі: «Тоді як земля, капітал і праця діють за законом спадної віддачі, знання та інформація мають віддачу, що зростає, тобто створена за допомогою даних компонентів вартість зростає у міру збільшення застосування й генерації інтелектуального капіталу» [7].

На перший погляд, моделей оцінки інтелектуального капіталу багато. Огляд різних емпіричних досліджень [4–14] показує слабкий розвиток методів, що дають змогу встановити стійкий взаємозв'язок якості сформованого інтелектуального капіталу всередині компанії і результуючих показників діяльності. Вибір вимогливих методів фінансової оцінки інтелектуального капіталу дуже обмежений.

1. Низка підходів чисто концептуальна та їх не можна відносити до методів оцінки для розрахунку вартості інтелектуального капіталу в структурі моделі оцінки вартості компаній з урахуванням невизначеності. Науковці Хуанг і Лью в роботі «Дослідження взаємозв'язку між інноваціями, інформаційними технологіями та продуктивністю» [8] показують, що вартість інтелектуального капіталу підпорядковується правилу мультиплікації, тобто існує синергія між його компонентами. Компліментарність інтелектуальних активів передбачає, що недостатнє інвестування в один із компонентів інтелектуального капіталу призводить до недостатнього використання потенціалу зростання

вартості компанії. Теж справедливо і в зворотному випадку: надлишок інвестування буде призводити до високих витрат за відсутності зростання віддачі. Внаслідок цього під час вибору основи для оцінки інтелектуального капіталу дослідники стикаються з необхідністю обґрунтування кількості його складників і їх змісту. Визначення змісту складників інтелектуального капіталу (наприклад того, що відноситься до людського, а не до організаційного капіталу) навіть за їх однакового позначення може бути предметом суперечок та інтенсивних дискусій.

2. Багато методів, заснованих на нефінансових показниках і якісній інформації, не здатні дати загальну інтегральну оцінку (табл. 1).

Проблема другого рівня під час моделювання інтелектуального капіталу з виділенням його складників полягає у відсутності стандартизованої анкети (під час використання методу експертних оцінок) і переліку показників (під час використання кількісних оцінок стану компонентів інтелектуального капіталу). Це ускладнює зіставлення результатів, отриманих у ході різних досліджень. Однак

слід визнати, що розроблення єдиних стандартів означатиме певну ідентичність інтелектуального капіталу в різних компаній, що само по собі суперечить ідеї про створення унікальних конкурентних переваг на базі нематеріальних активів.

3. Залишається дискусійним питання, якою мірою виключно фінансові моделі, які претендують на оцінку інтелектуального капіталу, дійсно оцінюють його, а не щось інше, чому приписано властивості інтелектуальних активів. Бухгалтерські методи оцінки фізичного і фінансового капіталу малозастосовні для оцінки інтелектуального капіталу. Наприклад, бухгалтерські методи оцінки торгової марки розглядають її як актив, який утрачає свою вартість у міру використання, тоді як на ділі відбувається навпаки – вартість нарощується. Патенти, ліцензії враховуються в бухгалтерській документації відповідно до вартості їх реєстрації, а не реальної їх вартості. Крім того, відбувається помилковий поділ інвестицій і витрат, наприклад витрати на навчання персоналу і рекламу вважаються витратами, тоді як по суті вони є довгостроковими інвестиціями. Крім того, велика кіль-

Таблиця 1

Систематизація емпіричних досліджень впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності компанії, заснованих на нефінансових показниках

Метод вимірювання інтелектуального капіталу	Інформаційна база	Результати
Виділення складників інтелектуального капіталу, оцінка за шкалою Лайкерта Bontis, Keow, Richardson, 2000 р. [5]	107 компаній Малайзії	Спостерігається значний позитивний зв'язок між інтелектуальним капіталом та результатами діяльності незалежно від галузі. Вплив окремих компонентів інтелектуального капіталу різняться по галузях
Виділення складників інтелектуального капіталу, експертні оцінки практик управління знаннями, Kremp, Maitresse, 2002 р. [12]	Більше 5 тис. французьких підприємств, 1998–2000 рр.	За збільшення інтенсивності управління знаннями на 1% схильність до інновацій збільшується на 4%, а продуктивність праці – на 3%
VAIC, шкала Лайкерта Chen, Cheng, Hwang, 2005 р. [9]	Публічні компанії Тайваню, 1992–2002 рр., 4 254 фірми	На рентабельність активів позитивно впливають рівень інтелектуального капіталу, витрати на НДДКР і рекламу, найкращі результати отримані для панельних даних
Виділення складників інтелектуального капіталу, експертні оцінки практик управління, ISubramaniam, Youndt, 2005 р. [11]	93 американські компанії	Існує позитивний, із вираженим ефектом компліментарності окремих складників вплив інтелектуального капіталу на тип інноваційної активності (радикальна/не радикальна інновація)
Виділення складників інтелектуального капіталу, дані відкритої звітності компаній, Wang, Chang, 2005 р. [11]	Всі ІТ-компанії тайванської біржі, 1997–2001 рр.	Показано, що окремі компоненти інтелектуального капіталу – інноваційний капітал, процесний капітал і клієнтський капітал – мають позитивний вплив на результати діяльності компанії. Людський капітал впливає на результати лише опосередковано – через інші компоненти інтелектуального капіталу
Виділення складників інтелектуального капіталу, експертні оцінки практик управління інтелектуальним капіталом, Попов, Власов, 2006 р. [10]	Близько 100 підприємств Уральського регіону	Виявлено позитивний вплив інвестиції у виробництво нових знань на прибутковість підприємства
Виділення складників інтелектуального капіталу, експертне опитування, Доклад ДУ ВШЕ, 2010 р. [13]	1 тис. підприємств обробної промисловості Росії, 2009 р.	Виявлено позитивний вплив окремих компонентів інтелектуального капіталу на рівень продуктивності за валовою доданою вартістю

кість сукупного капіталу організації взагалі ніколи не фігурує в бухгалтерських балансах, наприклад зв'язок зі споживачами, база знань, кваліфікація персоналу.

У рамках вибору метода оцінки інтелектуального капіталу підприємства в умовах невизначеності повинен бути розроблений набір аналітичних показників, що мають контрольні (задані) значення. Ці значення ілюструють прибутковість діяльності у довгостроковому та короткостроковому періодах із позиції стратегічних цілей та операційних завдань. Цій меті відповідає система збалансованих показників BSC. Запропонований Д. Нортон та Р. Капланом аналітичний інструмент став результатом дослідницького проекту «Вимір ефективності організації майбутнього». Автори описали новий механізм створення вартості: використання нематеріальних активів – перетворення нематеріальних активів у результати для клієнтів через ефективні бізнес-процеси – зростання фінансових результатів компанії у цілому.

Мета розроблення такого роду системи – встановлення відповідності між стратегічними цілями й показниками їх досягнень, візуалізація загальної картини розвитку бізнесу. Основна ідея BSC – не просто отримання прибутку нині та завжди, а створення умов існування компанії в довгостроковій перспективі й отримання майбутнього зиску. Все це означає, що в нових умовах вартість компанії створюється не тільки і не стільки матеріальними активами, скільки нематеріальними активами в широкому (не бухгалтерському) значенні слова. Необхідно знайти інструмент, що дасть можливість оцінити вплив на вартість накопиченого інтелектуального капіталу, що не знаходить зображення у фінансовій звітності.

Концепція BSC базується на таких положеннях:

- фінансові показники, зберігаючи своє провідне становище, розглядаються як складова частина ринкових факторів (чотирьох проекцій);

- ключове значення мають збалансованість показників, їх взаємодія і причинно-наслідкові зв'язки всередині системи;

- BSC розглядається як інструмент оцінки потенціалу компанії. Логіка: стратегічна мета – умови досягнення мети – ініціативи – система фінансових і нефінансових параметрів ефективності.

Відмінні риси BSC:

- акцент на нові джерела зростання вартості компанії – нематеріальні активи;

- ретельний відбір взаємопов'язаних показників, що охоплюють усі напрями діяльності компанії;

- перетворення стратегії в систематизовану, зрозумілу кожному працівнику послідовність дій, контрольованих на різних рівнях управління.

Показники клієнтського складника характеризують взаємодію з клієнтами: задоволення їх

потреб, збереження клієнтів та залучення нових, доходи в розрахунку на клієнта, сегмент цільового ринку. Використовуються для формування стратегії, орієнтованої на споживачів і забезпечуючої зростання доходності.

Фінансові показники відображають економічні наслідки, що вживаються організацією дій, оцінюють відповідність реалізованої стратегії організації загальному плану її розвитку. До них належать прибуток, доходність зайнятого капіталу, додана вартість; іноді – оцінки росту продажів і грошових потоків.

Навчання та розвиток персоналу – інфраструктура, яка повинна бути створена для довготривалого зростання. До цих показників належать загальні (задоволеність роботою, текучість кадрів, навчання, підвищення кваліфікації) та специфічні (конкретний та детальний набір навичок, необхідних у певній діяльності та в певних умовах конкуренції).

Цей метод оцінки не передбачає універсальності, але орієнтований на адаптацію показників оцінки для кожного конкретного випадку, що особливо важливо, якщо зовнішнє середовище турбулентне. Очевидно, що з такими характеристиками BSC стає інструментом менеджерів, а не бухгалтерів і аудиторів, і розглядається як ситуаційний аналіз та оцінка якості управління фінансами в компанії.

Висновки з проведеного дослідження. Основний виклик, з яким стикається сучасна теорія інтелектуального капіталу, полягає у тому, щоб явно показати його зв'язок із результатами діяльності компанії. Переваги діагностичної інформаційної системи BSC у тому, що вони можуть бути застосовані на будь-якому рівні оцінки інтелектуального капіталу підприємства. Вони працюють ближче до події, тому що отримане повідомлення може бути більш точним, ніж чисто фінансові вимірювання. Вони дуже корисні для некомерційних організацій, внутрішніх відділів і організацій громадського сектору та для екологічних і соціальних цілей. Їх недоліки полягають у тому, що індикатори є контекстними і повинні бути налаштовані для кожної організації та кожної мети, яка робить порівняння дуже важкими. Основна складність пов'язана з переходом від абстрактних нематеріальних елементів інтелектуального капіталу до фінансових оцінок. В інших моделях використовується інформація фондового ринку або дані фінансової звітності, але тоді внутрішня структура залишається нерозкритою. У структурних моделях покладаються на нефінансові показники, важкий перехід до грошових оцінок. Таким чином, суперечливість різних концептуальних підходів, нестача емпіричних досліджень стримують упровадження методів оцінки в систему управління підприємством.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Анализ осуществления судопроизводства судами общей юрисдикции. URL: <http://www.urkstat.gov.ua>.
2. Нематеріальні активи: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8, затв. Наказом М-ва фінансів України № 242, зі змін., внес. згідно з Наказом М-ва фінансів № 627 (1242–13) від 27 черв. 2013 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> (дата звернення: 23.06.2017).
3. Податковий кодекс України. Харків: Право, 2016. 746 с.
4. Тимохова Г.Б. Интеллектуальный бизнес: конспект лекций для студентов, обучающихся по специальности 8.03050401, 7.03050401 «Экономика предприятия»; авт.-сост. Г.Б. Тимохова. Харьков: НУА, 2015. 64 с.
5. Bontis N. Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital. *International Journal of Management Reviews*. 2002. № 1. P. 41–60.
6. Chun-Yao T., Yeong J. Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: empirical study of Taiwanese manufacturers. *R&D Management*. 2005. № 2. P. 187–202.
7. Гапоненко А. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. М.: Эксмо, 2008. С. 134.
8. Huang C., Liu C. Exploration for the relationship between innovation, IT and performance. *Journal of Intellectual Capital*. 2005. № 2. P. 97–119.
9. Chen M., Cheng S., Hwang Y. An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*. 2005. № 2. P. 159–176.
10. Попов Е.В., Власов М.В. Институциональное проектирование генерации знаний. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2013. 258 с.
11. Быкова А., Молодчик М. Влияние интеллектуального капитала на результаты деятельности компаний. *Вестник Санкт-Петербургского университета*. 2011. № 1. С. 50–52.
12. Kremp E., Mairesse J. Knowledge management in the manufacturing industry *Les 4 Pages des statistiques industrielles*, SESSI, Ministere de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, Paris, no.169, 2002.
13. Предприятия и рынки в 2005-2009 годах: итоги двух раундов обследования российской обрабатывающей промышленности / С. Авдашева и др. Доклад ГУ ВШЭ на IX Международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. 2010.
14. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Москва: Олимп-бизнес, 2004. 344 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЇЇ РОЗВИТКУ

APPLICATION OF MANAGEMENT TOOLS BY BUSINESS REPUTATION OF A TRADE ENTERPRISE FOR ITS DEVELOPMENT

Досліджено особливості управління та розвитку ділової репутації торговельних підприємств на прикладі найбільших торговельних мереж України. Розглянуто та охарактеризовано основні інструменти управління діловою репутацією та визначено їх особливості. Визначено кількісні параметри їх дебіторської та кредиторської заборгованості, на підставі яких скореговано метод надлишкових прибутків.

Ключові слова: ділова репутація підприємства, інструменти управління, дебіторська та кредиторська заборгованість, ефективність, розвиток.

Исследованы особенности управления и развития деловой репутации торговых предприятий на примере крупнейших торговых сетей Украины. Рассмотрены и охарактеризованы основные инструменты управления деловой репутацией и определены их

особенности. Определены количественные параметры их дебиторской и кредиторской задолженности, на основании которых скорректирован метод избыточных прибылей.

Ключевые слова: деловая репутация предприятия, инструменты управления, дебиторская и кредиторская задолженность, эффективность, развитие.

The management and development features of trade enterprise business reputation were analyzed on the example of the largest trade networks of Ukraine. The main tools of business reputation management are described and characterized and their features were determined. The quantitative parameters of their receivables and payables, on the basis of which adjusted method of surplus profits were determined.

Key words: business reputation of the enterprise, management tools, accounts receivable and payables, efficiency, development.

УДК 658.012

Товма О.А.

к.е.н., доцент кафедри економічних дисциплін Національна академія Національної гвардії України

Постановка проблеми. Як показують останні результати досліджень ділової репутації торговельних підприємств, її можна розглядати як об'єкт управління. У зв'язку із цим актуальним залишається визначення інструментів управління, вивчення і застосування яких сприятиме підвищенню рівня ділової репутації торговельних підприємств та її подальшому розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі лише починає розглядатися ділова репутація торговельного підприємства як об'єкт управління та фактор отримання додаткового прибутку. Теоретичних досліджень існує багато, але їх систематизація та конкретизація сфери використання отримують поступове висвітлення у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних авторів. Насамперед, це питання певною мірою розкрито в працях Т. Ахтямова, Н. Бонг, Є. Буніна, І. Решетнікової, О. Гребешкової, Г. Даулінга, А. Іванова, Шкардуна та А. Школіна, Ж. Зобкової, А. Пахомова, О. Пахомової та ін.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття змісту основних інструментів управління діловою репутацією торговельного підприємства, визначення впливу дебіторської та кредиторської заборгованості на поточну діяльність підприємства і, як наслідок, на його ділову репутацію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішність діяльності торговельного підприємства прямо пов'язана з вибором постачальників товарів, з якими підприємство будує систему розрахунків для забезпечення платежів у чітко визначений термін та здійснення цього процесу на законних

підставах. Незакінчені розрахунки являють собою дебіторську або кредиторську заборгованість. У зв'язку з тим, що процес правильного розміщення коштів організації чинить вагомий вплив на результати діяльності підприємства, управління кредиторською та дебіторською заборгованістю є важливим складником управлінського процесу. Економічні відносини з контрагентами в процесі поточної діяльності з приводу надання й одержання відстрочок платежів за товарними та розрахунковими операціями є об'єктом управління [1, с. 76; 2, с. 10]. Ураховуючи, що ділова репутація підприємства в очах контрагентів базується на сукупності їх вражень у процесі взаємодії з підприємством, а наявність дебіторської та кредиторської заборгованості означає тісний зв'язок із підприємством, очевидним є безпосередній контакт із контрагентами, що впливає на формування ділової репутації підприємства.

Вплив дебіторської та кредиторської заборгованості на поточну діяльність підприємства показано на рис. 1.

У зв'язку з тим, що наявність зобов'язань та заборгованості (як дебіторської, так і кредиторської) на підприємстві корегує поведінку з партнерами, клієнтами та постачальниками, через контакти з якими безпосередньо формується ділова репутація торговельного підприємства, вважаємо за необхідне включити характеристику цих зобов'язань до кола компонентів репутації з подальшим кількісним обґрунтуванням їх впливу.

Величина дебіторської та кредиторської заборгованості, наявність яких є нормальним явищем

у процесі діяльності підприємств, повинна також ураховуватися під час оцінки гудвілу торговельних підприємств. Для отримання більш точного результату, ніж урахування сум заборгованості, що відображені у фінансовій звітності, пропонується використання коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості.

Для підприємств торгівлі значення цього коефіцієнта має бути максимально наближене до 1,0, і чим стабільніше його значення за періодами, тим якісніше процес формування заборгованості [2, с. 12]. За значної різниці в оборотах дебіторської і кредиторської заборгованості тривалість фінансового циклу підприємства може приймати негативне значення, а це означає, що фінансування його діяльності відбувається переважно за рахунок кредиторів. Така ситуація призводить до втрати ліквідності підприємством [4, с. 245], що обов'язково відобразиться на його діловій репутації.

За результатами аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості, а також розрахунків було визначено величину коефіцієнтів співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості за даними підприємств роздрібної торгівлі (табл. 1).

Аналіз отриманих результатів показав, що всі підприємства з вибіркової сукупності мали відхилення від нормативного значення коефіцієнту

співвідношення заборгованості в той чи інший рік досліджуваного періоду. Причому у кожного підприємства динаміка коефіцієнту абсолютно різна за роками, що не надає повного уявлення про поліпшення стану за всіма підприємствами.

Найбільші значення за даними 2012 р. були у підприємств 2, 3, 9, 11 та 13; 2013 р. – 1, 4, 6, 7; 2014 р. – 5, 10, 12 та 14; 2015 р. – у 15 підприємства. Це пов'язано з динамічністю операцій у торговельній сфері, що призводить до неконтрольованого процесу управління заборгованістю та відсутністю належного контролю над певною збалансованістю дебіторської та кредиторської заборгованості.

За результатами розрахунку здійснимо порівняння отриманого коефіцієнту з нормативним значенням (табл. 2).

Проведений аналіз дав змогу визначити, що підприємство 1 протягом 2012–2015 р., підприємства 4, 5, 14 у 2013 р. та 15 у 2015 р. мали коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості близький до нормативного значення. Підприємства 6 та 7 мали значне перевищення показника коефіцієнту співвідношення порівняно з нормативним. Усі інші торговельні підприємства мали значні розбіжності коефіцієнту співвідношення з нормативним значенням, яке

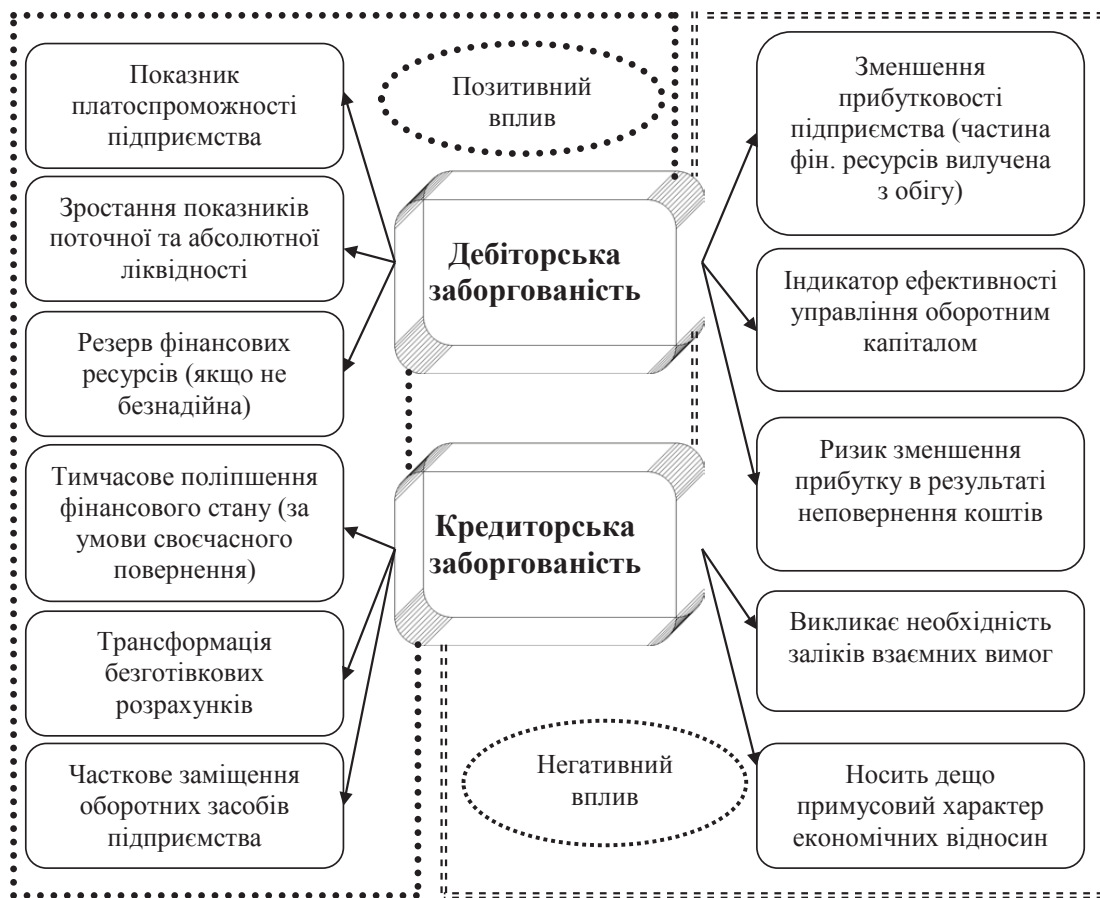


Рис. 1. Вплив дебіторської та кредиторської заборгованості на діяльність торговельного підприємства [2; 3]

характеризує їх процес управління заборгованістю як неефективний, що потребує заходів із вирівнювання величини заборгованості на підприємстві.

Аналіз результатів проведеного дослідження з визначення коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості та отриманих даних за рівнем ділової репутації підприємств дав змогу зробити висновок про доцільність корегування методу оцінки гудвілу за методом надлишкових прибутків. Цей метод вибрано

для корегування у зв'язку з тим, що надлишкові прибутки не враховують стан платежів, а також платіжну репутацію постачальників. На підставі результатів дослідження та отриманих висновків скорегований метод надлишкових прибутків має вигляд:

$$GW = \frac{M - R_{\text{ЧА}} \times \text{ANG}}{R_k} \times H_{\text{КДЗ/КЗ}}, \quad (1)$$

де GW – гудвіл;

M – нормалізований прибуток підприємства;

Таблиця 1

Величина коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості

№ з/п п-в	$K_{(дз/кз)}$				Відхилення:					
					2013		2014		2015	
	2012	2013	2014	2015	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%
1	0,97	1,00	0,65	0,52	0,03	2,89	-0,35	-34,78	-0,13	-20,02
2	0,46	0,33	0,15	0,21	-0,13	-27,86	-0,18	-54,62	0,06	40,46
3	0,84	0,50	0,37	0,35	-0,33	-39,92	-0,13	-25,45	-0,02	-5,87
4	0,45	1,03	0,62	0,59	0,58	128,71	-0,40	-39,36	-0,03	-5,62
5	0,44	1,77	1,81	1,79	1,33	305,25	0,04	2,42	-0,03	-1,51
6	6,26	10,63	8,02	5,13	4,37	69,82	-2,61	-24,53	-2,89	-36,00
7	39,41	69,47	50,50	52,64	30,06	76,27	-18,97	-27,31	2,14	4,24
8	0,45	0,52	0,28	0,30	0,07	14,90	-0,24	-46,53	0,02	7,57
9	0,87	0,55	0,44	0,23	-0,32	-36,90	-0,11	-20,04	-0,21	-48,39
10	1,81	1,58	1,85	1,76	-0,23	-12,90	0,27	17,15	-0,08	-4,52
11	2,93	2,17	2,08	2,44	-0,75	-25,68	-0,10	-4,42	0,37	17,63
12	0,76	2,16	20,29	18,54	1,40	183,46	18,12	838,81	-1,75	-8,63
13	0,32	0,26	0,16	0,24	-0,06	-17,91	-0,11	-39,93	0,08	49,83
14	1,38	1,99	5,72	0,74	0,62	45,00	3,72	186,69	-4,98	-87,05
15	0,62	0,45	0,73	1,13	-0,17	-27,37	0,29	63,96	0,40	54,68

Таблиця 2

Відповідність коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості нормативному значенню

Відповідність нормативному значенню	$K_{(дз/кз)}$ Підпр.		$K_{(дз/кз)}$ Підпр.		$K_{(дз/кз)}$ Підпр.		$K_{(дз/кз)}$ Підпр.	
	2012		2013		2014		2015	
Нормативне значення $K_{(дз/кз)} \geq 1(1,2)$	0,97	1	1,00	1			1,13	15
			1,03	4				
			1,77	5				
			1,99	14				
Значне перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською $K_{(дз/кз)} > 1,2$	1,81	10	1,58	10	1,81	5	1,79	5
	1,38	14	2,17	11	1,85	10	1,76	10
	6,26	6	2,16	12	2,08	11	2,44	11
	39,41	7	10,63	6	8,02	6	5,13	6
	2,93	11	69,47	7	50,50	7	52,64	7
					20,29	12	18,54	12
Перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською $K_{(дз/кз)} < 1,2$					5,72	14		
	0,46	2	0,33	2	0,65	1	0,52	1
	0,84	3	0,50	3	0,15	2	0,21	2
	0,45	4	0,52	8	0,37	3	0,35	3
	0,44	5	0,55	9	0,62	4	0,59	4
	0,45	8	0,26	13	0,28	8	0,30	8
	0,87	9	0,45	15	0,44	9	0,23	9
	0,76	12			0,16	13	0,24	13
	0,32	13			0,73	15	0,74	14
0,62	15							

$R_{чд}$ – рентабельність чистих активів у середньому по галузі;

ANG – величина чистих скоригованих активів;

R_k – ставка капіталізації;

$N_{K(дз/кз)}$ – корегуючий коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості.

$$N_{K(дз/кз)} = \frac{K_{дз/кз}}{1,2}, \text{ якщо } K_{дз/кз} \leq 1,2, \quad (2)$$

$$N_{K(дз/кз)} = \frac{1,2}{K_{дз/кз}} \text{ якщо } K_{дз/кз} > 1,2, \quad (3)$$

Результати розрахунків за скорегованим методом надлишкових прибутків 2012–2015 рр. для підприємств вибіркової сукупності свідчать, що більшість підприємств мала негативний гудвіл протягом досліджуваного періоду в один із років. Водночас аналіз гудвілу за підприємствами показав, що три підприємства (ТОВ «Фоззі-Фуд» та ТОВ «Сучасний модерн» та ТОВ «Восторг» (номери 1, 8 та 9)) мають позитивне значення гудвілу. Отримані дані корегують результати розрахунків, що визначені методом надлишкових прибутків, зменшуючи/збільшуючи їх величину корегуючого коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості.

Ураховуючи результати попередніх досліджень, нами пропонується більш детально розглянути інструменти управління діловою репутацією в рамках формування портфеля заходів із розвитку ділової репутації:

1. Автентичність підприємства (за рахунок створення товарів власного виробництва або власних торгових марок) є необхідною умовою формування високого рівня репутації. В умовах жорсткої конкуренції, яка спостерігається на ринку останнім часом, підприємство має знайти важелі впливу на споживачів, звертаючи увагу на себе, свої товари, акції, заходи та ін. Причому просто рекламних заходів, як показали дослідження, вже недостатньо, адже цим інструментом користуються майже всі конкуренти.

2. Впровадження світових стандартів якості. В Україні сертифікація ISO має добровільний характер, але якщо йдеться про підвищення якості продукції власного виробництва (чи її створення), а також упевненість у безпеці товарів, які продає підприємство, доцільно впровадити стандарти у свою діяльність або керуватися ними під час вибору товарів. До того ж є багато інших переваг роботи на основі сертифікованої системи управління, серед них: підвищення конкурентоспроможності підприємства, можливість участі в міжнародних проектах, залучення іноземних інвесторів та ін.

3. Управління інформаційними потоками є однією з найважливіших функцій сучасного торговельного підприємства, адже будь-який процес супроводжується інформативними даними,

наприклад первинними документами, звітністю, планами та рекомендаціями. Це означає, що всі працівники залучені в інформаційне поле та несуть відповідальність за своєчасне та сумлінне виконання своїх обов'язків у зв'язку з тим, що інформація поширюється дедалі швидше, що може призвести до зниження рівня ділової репутації підприємства. Саме тому велике значення має створення команди, що дійсно була б не байдужа до майбутнього підприємства.

4. Соціальна спрямованість означає відповідність рівня репутації підприємства соціальним потребам як споживачів, так і постачальників, працівників, інвесторів. Тобто, маючи за мету підвищити рівень ділової репутації, підприємство здійснює низку заходів, що спрямовані на задоволення цих потреб. І.І. Решетникова вважає, що досягнутий імідж – це збіг інтересів у зовнішньому та внутрішньому середовищі господарювання підприємства на даний момент [5, с. 136]. Але цей стан миттєвий, баланс інтересів зберігається недовго, що знову спонукає підприємство підвищувати свій імідж, тобто розвиватися.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного дослідження було виявлено, що серед низки торговельних підприємств лише ТОВ «Сучасний модерн» та ТОВ «Восторг» мають високий рівень репутації за даними кількісної оцінки та підтримують рівень ділової репутації за рахунок упровадження товарів власних торгових марок та управління брендами, що дало підґрунтя для рекомендацій підприємствам із більш низьким рівнем репутації та дало змогу вибрати автентичність підприємства з упровадженням власних торгових марок як напрям розвитку ділової репутації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бродська І.І. Ефективність управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства: обліково-аналітичний аспект. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент». 2012. Вип. 9(2). С. 75–81. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnem_2012_9\(2\)_12.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnem_2012_9(2)_12.pdf).
2. Носач Л.Л. Управління дебіторською та кредиторською заборгованостями в підприємствах оптової торгівлі: автореферат дис. ... канд. екон. наук.: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Х., 2010.
3. Дячук О.В., Новодворська В.В. Місце кредиторської заборгованості в системі управління підприємством. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2013. Вип. 10(3). С. 243–251. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10\(3\)_42.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10(3)_42.pdf).
4. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: підручник. К.: УБС НБУ; Знання, 2010. 550 с.
5. Решетникова І.І. Формирование и развитие делового имиджа фирмы. М.: Экономика, 2008. 271 с.

ІНТЕГРУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТРАТЕГІЮ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-СТРУКТУРОЮ

INTRODUCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE STRATEGY OF MANAGEMENT BUSINESS STRUCTURE

У статті узагальнено роль корпоративної соціальної відповідальності у веденні бізнесу та суспільному розвитку. Охарактеризовано систему корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова пошта» на основі ідентифікації економічних, соціальних та екологічних цілей розвитку бізнес-структури. Представлено науково-методичні засади інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у стратегію управління ТОВ «Нова пошта» через конкретизацію цілей, завдань, інструментів, процесів управління, рівнів відповідальності, очікуваних результатів. Визначено пріоритетні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності у системі стратегічного управління на ТОВ «Нова пошта».

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціально відповідальна діяльність, система, інтегрування, стратегія управління.

В статті обобщена роль корпоративной социальной ответственности в ведении бизнеса и общественном развитии. Охарактеризована система корпоративной социальной ответственности ООО «Новая почта» на основе идентификации экономических, социальных и экологических целей развития бизнес-структуры. Представлены научно-методические основы интеграции корпоративной социальной ответственности в стратегию управления ООО

«Новая почта» через конкретизацию целей, задач, инструментов, процессов управления, уровней ответственности, ожидаемых результатов. Определены приоритетные направления развития корпоративной социальной ответственности в системе стратегического управления в ООО «Новая почта».

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социально ответственная деятельность, система, интеграция, стратегия управления.

The article summarizes the role of corporate social responsibility in business and social development. In particular, the system of corporate social responsibility of LLC «Nova Poshta» is characterized on the basis of identification of economic, social and environmental goals of the development of the business structure. The scientific and methodological bases for integrating corporate social responsibility into the management strategy of LLC «Nova Poshta» are presented through specification of goals, tasks, tools, processes of management, levels of responsibility, expected results. The priority directions of development of corporate social responsibility in the system of strategic management at «Nova Poshta» are determined.

Key words: corporate social responsibility, socially responsible activity, system, integration, management strategy.

УДК 330.87

Ушенко Н.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри економіки
Національний авіаційний університет
Піддубна І.О.
студентка
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Останнім часом по всьому світу у відносинах між державою, громадськими інститутами, приватними компаніями та всередині них відбулися зміни, які сприяли появі нових форм соціальної взаємодії. Одна з таких форм ґрунтується на винятково добровільно побудованій системі взаємин – корпоративній соціальній відповідальності. Взаємопов'язаність соціально відповідальної поведінки бізнес-структур та її репутації поглибила актуалізацію цього наукового напрямку. Якщо бізнес-структура буде вкладати кошти в соціальні програми, забезпечуючи соціальні гарантії своїм працівникам і гарантуючи якість і безпеку реалізованої продукції і послуг, то в перспективі її очікує підвищення сприятливості соціального оточення, а внаслідок цього й підвищення стійкості фінансово-економічного становища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що стосуються її змісту і сутності, моделей, управлінських аспектів, оцінювання ефективності, присвячують наукові праці Д. Баюра, Ф. Котлер, В. Командровська, М. Колесник, Л. Криницька, С. Куц, О. Ляшенко, Г. Місько, Н. Ненашев, О. Охріменко, Т. Іванова, М. Сапри-

кіна, М. Саєнсус, Л. Селіверстова, М. Сухотеріна, О. Редькін, Т. Черната, В. Шаповал.

Посилення інтересу суспільства до ролі бізнесу в соціальному розвитку призвело до того, що великі компанії стали приділяти значну увагу формуванню свого іміджу в очах громадськості. І на даному етапі виявилось недостатнім лише вести прибутковий бізнес і платити вчасно податки. Бізнес опинився у ситуації, коли він є частиною суспільних відносин і сфера його діяльності виходить далеко за межі професійної. Все це призводить до посилення мотивованості бізнес-структур до використання механізму КСВ у стратегії та тактиці управління, що спричиняє його інтегрування за всіма функціональними напрямками їх діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення науково-методичних засад інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у стратегію управління ТОВ «Нова пошта» для підвищення ефективності функціонування, конкурентоспроможності та досягнення стратегічних цілей розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Орієнтованість суспільства на сталий розвиток стало найважливішою метою у сучас-

них умовах для людства й окремих країн. Одним із напрямів його забезпечення є особлива модель поведінки вітчизняного бізнесу в умовах соціально орієнтованої ринкової економіки, в основі якої закладена його корпоративна соціальна відповідальність.

За визначенням О.О. Охріменко та Т.В. Івано-вої, соціальна відповідальність бізнесу, або корпоративна соціальна відповідальність, – це концепція, що містить добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища [4, с. 11].

КСВ базується на взаємодії із зацікавленими сторонами: службовцями, акціонерами, інвесторами, споживачами, органами влади та недержавними організаціям. Таким чином, одне з найважливіших завдань КСВ – комунікаційне, з'ясування думок та інтересів усіх зацікавлених сторін, щоб максимально врахувати їх у своїй подальшій діяльності.

В обставинах, що склалися, відбулися зміни умов, за яких здійснюється підприємницька діяльність. Від сучасного бізнесу очікують виконання дуальної ролі: поєднання у своїй діяльності самообмеження й утримання від того, що може нанести шкоду суспільству (наприклад, забруднення навколишнього середовища) та фактичної відповідальної поведінки, спрямованої на суспільний прогрес, яка виконується і демонструється соціуму для отримання синергетичного ефекту у цьому напрямі.

Ф. Котлер уважав, що основними причинами, через які компаніям дуже важливо приділяти увагу питанням соціальної відповідальності, є потреба у сприйнятті компанії суспільством як відповідального корпоративного громадянина і запобігання негативній думці про компанію серед споживачів та засобів масової інформації. Крім того, рівень розвитку соціально відповідального бізнесу є одним із головних факторів добробуту суспільства [2].

Розглянемо процес управління корпоративною соціальною відповідальністю на прикладі ТОВ «Нова пошта» – компанії, що є лідером із перевезення в Україні та за її межами, як за вантажообігом, так і за кількістю та якістю обслуговування клієнтів; оператор № 1 на ринку експрес-доставки, який надає послуги швидкої, зручної та надійної доставки документів, посилок та вантажів у будь-яку точку України [5].

Загальний штат працівників ТОВ «Нова Пошта» у 2016 р. становив 23 тис. осіб, що на 26,37% більше, ніж у 2015 р., та на 64%, ніж у 2014 р. Щодо загального розподілу працівників, то 47% працюють у відділеннях, 22% – у терміналах, 17% – у службі адресної доставки та 14% – в офіс-підтримці. Співвідношення чоловіків та жінок у компанії становить 68% та 32% відповідно. Щодо вікового розподілу, то у ТОВ «Нова Пошта» пра-

цюють 65% у віці 21–30 років, 20% – 31–40 років, 7% – 41–50 років, 6% – менше 20 років та 2% – більше 50 років.

ТОВ «Нова пошта» вперше в 2015 р. почала випуск соціальних звітів компанії. Цей документ передбачає офіційний звіт перед українським суспільством та іншими зацікавленими сторонами про те, які проекти втілюються у життя заради цих цілей. При цьому слід зазначити, що ці соціальні звіти містять стандартні елементи розкриття інформації згідно з Global Reporting Initiative G4. Починаючи з 2016 р. в компанії «Нова пошта» прийнята «Стратегія корпоративної соціальної відповідальності» – практичний документ у сфері соціального інвестування. Можемо констатувати, що кожен проект, який реалізує ТОВ «Нова пошта», має чіткий зв'язок із баченням розвитку компанії і цінностями бренду. Через участь у житті громад і систему соціальних інвестицій ТОВ «Нова пошта» долучається до вирішення серйозних проблем українського суспільства. Підхід компанії до корпоративної соціальної відповідальності полягає не у вибіркового фінансуванні окремих ініціатив. Своім обов'язком вона вбачає можливість стати активним учасником реального подолання соціальних негараздів. Для більшої ефективності своїх інвестицій ТОВ «Нова пошта» визначила бачення та критерії, за якими буде співпрацю з громадськими і благодійними організаціями [5].

Підхід «Нової пошти» до КСВ-проектів такий: ми робимо соціальні інвестиції, результат яких вимірюється соціальним ефектом. Головний результат проектів КСВ – це внесок компанії у рішення конкретної соціальної проблеми, будь то наслідки військових дій чи нестача книг у сільських бібліотеках. Тактика корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова пошта» реалізується через її соціальні програми та проекти. Їх можна поділити на такі функціональні напрями: підтримка військових, допомога дітям, розвиток освіти, популяризація здорового способу життя та ін. До основних програм, які створені та реалізуються ТОВ «Нова пошта», належать: гуманітарна пошта України; реабілітація учасників АТО (медична реабілітація, соціалізація); підтримка бігового руху; велопарковки; розвиток книгочитання; дні донора крові; школа бізнесу «Нова пошта»; акція «500 подарунків для дітей-сиріт за 15 днів»; акція «Посилка добра».

Аналізуючи корпоративну соціальну відповідальність на ТОВ «Нова пошта», можна стверджувати, що компанія досить комплексно підійшла до впровадження КСВ, що відобразилося в інтеграції цього механізму у функціональні напрями діяльності бізнес-структури та формуванні у громадськості її іміджу як соціально відповідальної компанії.

Бізнес-структура, реалізуючи власну стратегію корпоративної соціальної відповідальності, дійсно робить багато хорошого для суспільства та впровадження демократичних та людських принципів діяльності, проте варто зауважити, що ці заходи є вигідними підприємству і в матеріальному плані.

Таким чином, існує потенційний зиск, який має бізнес-структура від імплементації КСВ у свою бізнес-практику. На думку С. Куц, він полягає у: поліпшенні управління завдяки запобіганню ризикам різного ґатунку; поліпшенню репутаційного менеджменту; збільшенню обсягу надання послуг та частки ринку; розширенню можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії; оптимізації операційних процесів та зменшенню виробничих витрат; налагодженню та побудові дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями; поліпшенню фінансових та економічних показників діяльності [3, с. 93].

Важливо зазначити основні показники, що відображають причинно-наслідкові зв'язки між конкретними заходами та показниками успіху бізнес-структури (табл. 1).

Таким чином, можна побачити, що всі показники опосередковано чи прямо впливають на основні фінансові показники ТОВ «Нова пошта». Завдяки реалізації та поліпшенню системи корпоративної соціальної відповідальності формується та нарощується соціальний капітал компанії. Отже, від розвитку КСВ вигоди отримує як ТОВ «Нова пошта», так і суспільство у цілому. Зрештою, вигода, як відомо, це не лише прибуток, а й користь, яка надає переваги в майбутньому.

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова пошта» – це взаємопов'язані практики і програми, які інтегровані в процес бізнесу і відповідальність за поточну і минулу діяльність, а також передбачають вплив компанії на зовнішнє середовище [5].

Хоча розроблена стратегія ТОВ «Нова пошта» є досить успішною, проте, на нашу думку, варто розглянути певні заходи щодо її вдосконалення, адже інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію управління бізнес-структурою – це тривалий багатоступінчатий процес розроблення сукупності ключових елементів та їх узгодження з основними елементами стратегії ТОВ «Нова пошта».

На думку Л.С. Селіверстової, під час удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності слід чітко визначити ключові показники (індикатори) успішної реалізації заходів. При цьому до складників зовнішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності доцільно відносити: гранти на благодійні цілі; фінансову і матеріальну допомогу; роботу в асоціаціях над законодавчими ініціативами; курси перекваліфікації працівників; партнерські проекти із владою, навчальними установами; волонтерську діяльність та діяльність громадських організацій. А до складників внутрішньої стратегії корпоративної соціальної відповідальності доцільно відносити: соціальні інвестиції; екологічну програму; етичні та інші стандарти роботи; кар'єрний ріст персоналу; прозорість та конкретність у наданні звітності; стимулювання робітників (премії, надбавки, компенсації) [6, с. 312].

На основі напрацювань Л.С. Селіверстової щодо етапів розроблення та вдосконалення стратегії КСВ [6, с. 313] нами адаптовано ці процеси до умов функціонування ТОВ «Нова пошта»:

1. Проведення аналітичних робіт – аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування ТОВ «Нова пошта».

2. Визначення стратегічних альтернатив розвитку. З урахуванням результатів стратегічного аналізу було визначено місію ТОВ «Нова пошта», а також середньо- та довгострокові цілі, на основі яких розробляються альтернативні цільові програми, які складаються із взаємопов'язаних блоків заходів, спрямованих на досягнення поставлених

Таблиця 1

Причинно-наслідкові зв'язки між заходами з КСВ та показниками ТОВ «Нова пошта»

Зацікавлені сторони	Заходи	Показники
Клієнти	Надання гарантій якісного сервісу Перевірка контрагентів та перевізників Надійний партнер	Кількість появи нових клієнтів Обсяг доходу від діяльності Обізнаність потенційних клієнтів про компанію
Суспільство	Співпраця з громадськими організаціями, забезпечення спонсорської підтримки на благодійні та екологічні заходи	Кількість позитивних згадок у пресі та Інтернет-ресурсах Частота перевірок податковими органами та ревізійними комісіями
Співробітники	Проведення навчання персоналу Соціальний пакет Розвиток особистості Спортивні заходи Профспілки Можливість швидкого кар'єрного росту	Плинність кадрів Обізнаність потенційних співробітників про компанію Продуктивність праці

Джерело: розроблено авторами за даними [1]

цілей, тим самим визначаючи конкретну стратегію розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

3. Оцінка та вибір оптимальної стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Нова пошта».

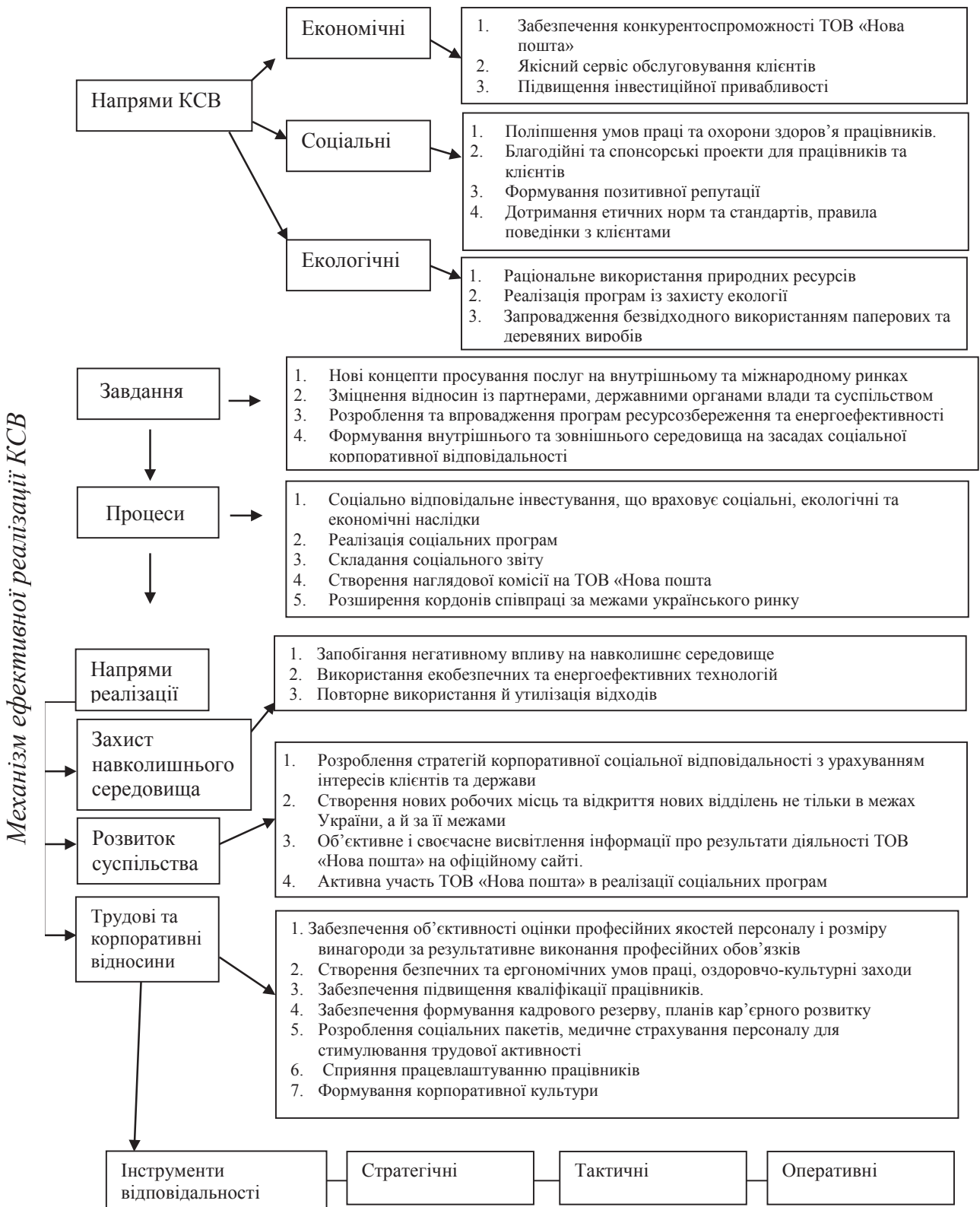


Рис. 1. Механізм ефективної реалізації КСВ ТОВ «Нова пошта»*

Джерело: вдосконалено авторами на основі [8, с. 130]

* Авторами вдосконалено представлений механізм у частині процесів, які відбуваються під час реалізації КСВ, доповнено рекомендованими напрямками КСВ та її реалізації, адаптованими для ТОВ «Нова пошта».

4. Офіційне документування вибраної стратегії корпоративної соціальної відповідальності та закріплення відповідальних за її реалізацію та досягнення запланованих результатів і розроблених показників ефективності осіб.

5. Реалізація заходів, які входять у затверджені стратегією цільові програми корпоративної соціальної відповідальності.

6. Складання, подання й оприлюднення звітності про впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

Своєю чергою, інтегрування має такі очікувані результати різної природи, які можна оцінити як економічні (зростання фінансових показників і продуктивності праці, зниження ризиків, збільшення капіталізації, інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності, розвиток інновацій) та соціальні (створення позитивного іміджу, зміцнення довіри до компанії тощо).

На основі аналізованих літературних джерел [4; 6; 8] нами представлено механізм реалізації КСВ, адаптований для умов функціонування ТОВ «Нова пошта» (рис. 1).

Загалом для досягнення позитивних результатів потрібно узгодити цілі, завдання, інструменти, процеси управління, рівні відповідальності та очікувані результати, які дадуть змогу ефективно інтегрувати КСВ у функціональні напрями діяльності ТОВ «Нова пошта».

За дослідженням фахівців відділу регіональної політики Національного інституту стратегічних досліджень, основними обмежувальними факторами розвитку соціальної відповідальності компанії виступають: відсутність сформованого та впливового сектору громадянського суспільства, котрий би просував ідеї соціальної відповідальності і спеціалістів, які професійно б займалися даною проблемою; відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проєктів та програм; наявні законодавчі обмеження розмірів і способів можливої допомоги нужденним; відсутність регіонального закону про благодійництво; відсутність системи інформування суспільства про соціальні та благодійні проєкти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу; відсутність зацікавленості в даній сфері бізнес-структур, що пов'язано з роллю держави та з проблемами в законодавчій сфері, та ін. [9].

Вважаємо, що для удосконалення стратегії та тактики інтегрування корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Нова пошта» доцільне використання процесного підходу, здатного спрямувати на такі результати:

- формування чітких уявлень менеджерів компанії про зміст соціальної відповідальності як суспільного явища;

- перехід від адміністрування соціальних програм до розвитку економічно ефективних зв'язків ТОВ «Нова пошта» з державою і місцевими громадами;

- посилення зв'язків із некомерційними організаціями під час визначення пріоритетів КСВ;

- підвищення якості ділової культури, значимості етичних норм у відносинах із суспільством;

- підвищення ступеня інформаційної відкритості, розвиток нових каналів зв'язку з різними соціальними групами.

Основні цілі запропонованої стратегії управління з урахуванням КСВ можна поділити на економічні, соціальні та екологічні.

Економічними цілями реалізації стратегії розвитку ТОВ «Нова пошта» є: розвиток внутрішнього ринку і підвищення ефективності його функціонування; формування привабливої національної інноваційної інфраструктури шляхом спрямування інвестицій у новітні технології; підвищення конкурентоспроможності; підвищення бізнес-культури в країні; доступне та якісне надання послуг; добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; налагодження партнерства з державними органами та суспільством тощо.

Варто відзначити основні соціальні цілі компанії: позитивне сприйняття населенням ТОВ «Нова пошта»; сприяння розвитку інновацій у соціальній сфері через створення відповідних умов праці; розвиток культури споживання та підвищення рівня обізнаності споживачів щодо екологічних, економічних та соціальних аспектів послуг, репутації компанії; залучення до реалізації соціальних проєктів, благодійності спонсорства; поліпшення умов праці та охорони здоров'я працівників; розроблення етичних стандартів ведення бізнесу та розвитку лідерства.

До екологічних цілей ТОВ «Нова пошта» належать більш раціональне використання природних ресурсів та зниження рівня викидів, що досягається за рахунок інвестування компаніями в екоінновації, створення системи екологічного менеджменту та передбачає цілеспрямовані екологічні акції, закупівлю енергоефективного обладнання, перехід на альтернативні джерела енергії тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, результати дослідження показали, що ТОВ «Нова пошта» здійснює реалізацію корпоративної соціальної відповідальності у вигляді розвитку економічних, соціальних, екологічних, благодійних та інших програм. До основних пріоритетних напрямів розвитку соціальної відповідальності на ТОВ «Нова пошта» доцільно віднести: добросовісний сервіс; створення та реалізацію корпоративних програм підвищення фаховості співробітників; створення та реалізацію корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників;

створення та реалізацію корпоративних програм морального стимулювання персоналу; реалізацію та участь у благодійних і спонсорських проектах; захист та просування бренду компанії; створення та реалізацію корпоративних програм із вирішення проблем навколишнього середовища; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес; удосконалення роботи з постачальниками, а також розроблення етичних стандартів ведення бізнесу та розвитку лідерства та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Криницька Л.В. Вплив соціальної корпоративної відповідальності на ефективність діяльності підприємства. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/conf_sep_14/sek3/Krynytska/tezu.docx.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. К.: Видавництво Олексія Капусти, 2004. 348 с.
3. Куц С. Соціальна відповідальність бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. 2009. № 3. С. 88–101.
4. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. К.: НТУ «КПІ», 2015. 180 с.
5. Офіційний сайт «Нова пошта». URL: <https://novaposhta.ua/>.
6. Селіверстова Л.С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 7. С. 309–314. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_7_42.
7. Соціальний звіт / Офіційний сайт «Нова пошта». URL: http://svb.ua/sites/default/files/social_report_0.pdf.
8. Сухотеріна М.І. Механізм соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Одеса, 2015. 254 с.
9. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні. URL: <http://old.niss.gov.ua/monitor/November/13.htm>.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

CONCEPTUAL APPROACHES TO FINANCIAL RESULTS MANAGING OF ENTERPRISES

У статті проаналізовано сучасні концептуальні підходи до управління фінансовими результатами на підприємстві. Наведено послідовність дій під час реалізації концепцій у системі управління фінансовими результатами, зазначено причини, які зумовлюють доцільність застосування зазначених концепцій управління. Акцентовано увагу на доцільності органічної вбудови елементів усіх підходів у цілісний механізм управління на підприємстві, необхідності застосування системного підходу до процесів управління на підприємстві, що забезпечить отримання синергетичного ефекту.

Ключові слова: фінансові результати, система управління фінансовими результатами, концептуальні підходи, послідовність реалізації концепції.

В статье проанализированы современные концептуальные подходы к управлению финансовыми результатами на предприятии. Приведена последовательность действий при реализации концепций в системе управления финансовыми результатами, указаны причины, которые обуславливают целесообразность применения указанных концепций управления. Акцентировано

внимание на целесообразности органического встраивания элементов всех подходов в целостный механизм управления на предприятии, необходимости применения системного подхода к процессам управления на предприятии, что обеспечит получение синергетического эффекта.

Ключевые слова: финансовые результаты, система управления финансовыми результатами, концептуальные подходы, последовательность реализации концепции.

There were analyzed contemporary conceptual approaches to the management of financial results at the enterprise, presented a sequence of actions in the implementation of concepts in the system of financial results management, pointed out the reasons for the expediency of the application of these management concepts in the article. Attention is focused on the expediency of organic integration of the elements of all approaches into a holistic management mechanism at the enterprise, the need to apply a systematic approach to management processes at the enterprise that will provide a synergetic effect.
Key words: financial results, system of management of financial results, conceptual approaches, sequence of concept realization.

УДК 338.2

Чернецька О.В.

к.е.н., доцент кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

Постановка проблеми. Сьогодні отримання певної суми фінансового результату від господарської діяльності підприємств не є випадковим явищем. Ця величина є результатом налагодженої роботи системи управління на підприємстві, а також негативного і позитивного впливу внутрішніх та зовнішніх чинників. Традиційні підходи до процесу управління фінансовими результатами на підприємстві в кризових умовах господарювання не гарантують захист від негативного впливу зовнішніх чинників. Своєю чергою, виникає необхідність у миттєвому реагуванні на зовнішні загрози економічного середовища, що вимагає прийняття управлінських рішень із дотриманням вимог оперативності, обґрунтованості та ефективності. Отже, виникає нагальна потреба у перегляді концептуальних засад управління фінансовими результатами на підприємстві за рахунок упровадження сучасних інноваційних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню концепцій управління фінансовими результатами на підприємстві присвячено наукові праці А.В. Музиченко-Козловського, М.О. Орликовського, Д.І. Трокоз, Р.М. Минів, О.Я. Батюк, І.О. Крюкової, Н.В. Лагодієнко, М.І. Арич та ін. Аналіз запропонованих у наукових концепцій дав змогу всебічно оцінити концептуальні підходи до управління фінансовими результатами та зробити висновки, що існують актуальні питання щодо обґрун-

тування послідовності дій під час упровадження проаналізованих концепцій та елементів концепцій в наявні системи управління на підприємстві, поєднання традиційних методик та інноваційних підходів.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення концептуальних підходів до управління фінансовими результатами та дослідження послідовності дій під час реалізації аналізованих концепцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз останніх досліджень дав змогу узагальнити концептуальні підходи до системи управління на підприємстві, запропоновані до впровадження як інноваційні та перспективні, у вигляді табл. 1.

А.В. Музиченко-Козловський вважає інноваційною формою управління підприємством концепцію «управління за цілями». Сутність концепції управління за цілями вчений визначає як структурування цілей через визначення зв'язків між цілями та засобами їх досягнення. Автор наголошує, що цей підхід поєднує такі функції управління, як планування, контролювання та мотивування. Тобто концепція «управління за цілями» спрямована на досягнення конкретних стратегічних цілей підприємства, які формуються та реалізуються через узгодження з керівниками усіх ланок управління та окремими працівниками [4].

Послідовність реалізації концепції «управління за цілями» А.В. Музиченко-Козловський убаचाє так (рис. 1).

Аналізуючи представлену послідовність дій, можна акцентувати увагу на важливості обґрунтування прийнятих рішень на стадії планування, що вимагає ефективного інформаційного забезпечення, не применшуючи при цьому необхідності виваженої системи контрольних заходів у процесі управління фінансовими результатами. Отже, інформаційне забезпечення та контрольні заходи у цьому разі відіграють вагомий роль під час побудови системи управління.

М.О. Орликовський та Д.І. Трокоз найбільш перспективними вважають концепції Business Performance Management (BPM) та Balanced Scorecard (BSC) [5]. На думку вчених, обидві концепції забезпечують функції збору, систематизації й аналізу інформації, необхідної для прийняття стратегічних управлінських рішень.

Концепція Business Performance Management (BPM) передбачає процесно-орієнтований підхід до прийняття управлінських рішень, який спрямовано на підвищення спроможності підприємства щодо оцінки свого фінансового стану та управління на всіх рівнях діяльності шляхом об'єднання



Рис. 1. Послідовність реалізації концепції «управління за цілями» в системі управління фінансовими результатами

Джерело: побудовано автором за [4]

Таблиця 1

Концептуальні підходи до управління фінансовими результатами на підприємстві

Назва концепції	Вчені, які досліджували концепцію, джерело	Сутність концепції
Управління за цілями	А.В. Музиченко-Козловський [4]	Передбачає структуризацію цілей керівників різних ланок, що через визначення зв'язків між цілями забезпечить досягнення цілей керівників вищого рівня
Business Performance Management	М.О. Орликовський, Д.І. Трокоз [5], Р.М. Минів, О.Я. Батюк [3]	Передбачає процесно-орієнтований підхід до прийняття управлінських рішень, який спрямовано на підвищення спроможності підприємства щодо оцінки свого фінансового стану та управління на всіх рівнях діяльності шляхом об'єднання власників, менеджерів, персоналу і зовнішніх контрагентів у рамках загального інтегрованого середовища управління
Balanced Scorecard	М.О. Орликовський, Д.І. Трокоз [5], Р.М. Минів, О.Я. Батюк [3]	Передбачає вимір і оцінку її ефективності за набором спеціально підібраних показників, які враховують усі істотні для обраної стратегії аспекти її діяльності, зокрема фінансові, виробничі, маркетингові тощо
Потокова концепція	І.О. Крюкова, Н.В. Лагодієнко [2]	Передбачає управління фінансовими потоками, які у процесі господарського застосування забезпечують інноваційні трансформації, отримання відповідних фінансових результатів та постають джерелом створення додаткової вартості
Six Sigma	М.І. Арич [1]	Передбачає налагодження управління підприємством для зменшення всіх видів дефектів і втрат за допомогою поступової реалізації проектів із ліквідації причин недоліків на основі кількісного дослідження процесів

власників, менеджерів, персоналу і зовнішніх контрагентів у рамках загального інтегрованого середовища управління [3; 5].

Отже, в основі цієї концепції знаходиться націленість на результат, тобто відправною точкою є глобальні, стратегічні цілі. Чітке усвідомлення стратегічної мети дає змогу трансформувати її в реальні дії, виконання яких делегується конкретним виконавцям. Постійний моніторинг процесу виконання визначених дій дає змогу вносити певні корегування, враховуючи вплив зовнішніх чи внутрішніх чинників. Звичайно, це вимагає тісної взаємодії всіх ланок управління, взаємовідносин управлінців, що забезпечить оперативність та обґрунтованість управлінських рішень.

Концепція Balanced Scorecard (BSC) – це система стратегічного управління підприємством, яка передбачає вимір і оцінку її ефективності за набором спеціально підібраних показників, які враховують всі істотні для обраної стратегії аспекти її діяльності, зокрема фінансові, виробничі, маркетингові тощо. Тобто всі процеси діяльності відображаються у показниках по перспективах, а це, відповідно, дає змогу оцінити ефективність кожного бізнес-процесу з погляду реалізації стратегічних завдань [3; 5]. Тобто у цьому разі вагому роль відіграє ефективне аналітичне забезпечення процесу управління фінансовими результатами, оскільки саме аналіз дасть змогу виявити причинно-наслідковий зв'язок усіх показників діяльності підприємства та відібрати необхідні показники для оцінки ефективності системи управління на підприємстві.

Послідовність реалізації концепції Balanced Scorecard (BSC) учені відображають так (рис. 2). На думку М.О. Орликовського та Д.І. Трокоз, така послідовність дасть змогу унеможливити про-

BLEMНІ аспекти контролю в системі управління підприємством [5].

Серед причин, які зумовлюють доцільність застосування зазначених концепцій управління, вчені виділяють такі:

- мінливість економічного середовища, внаслідок чого підвищуються вимоги клієнтів, з'являються конкуренти, які пропонують нові рішення, тощо;
- поява нових інструментів управління, концепцій, методів і моделей управління, а також можливість їх ефективного використання;
- нові технологічні можливості, що забезпечує підтримку найсучасніших управлінських принципів [3; 5].

І.О. Крюкова та Н.В. Лагодієнко наголошують на актуальності питання забезпечення сталого розвитку та розроблення механізму протидії загрозам за мінімального забезпечення фінансовими ресурсами [2]. Вчені вважають, що процес управління фінансовими результатами доцільно здійснювати з використанням потокових концепцій з урахуванням нерозривності механізму формування та взаємодії всіх видів ресурсів, фінансових потоків, фінансових результатів та фінансової стійкості підприємства. У пріоритеті цієї концепції знаходиться інноваційний розвиток підприємства, який стане основою стабільної фінансової безпеки підприємства.

Вчені наголошують, що джерелом комплексу заходів з інноваційного розвитку стануть фінансові потоки, новостворені в процесі реалізації потокової концепції [2]. Повністю погоджуємося щодо пріоритетності інноваційного розвитку, в тому числі й процесів управління, оскільки сучасні концепції мають поєднувати і традиційні підходи, і сучасні розробки. Пошук джерел фінансування інноваційного розвитку має стати ключовим аспектом сис-

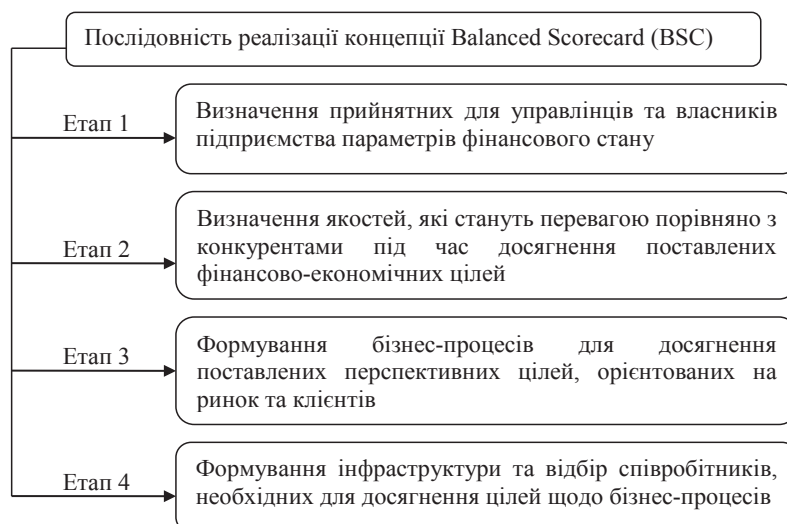


Рис. 2. Послідовність реалізації концепції Balanced Scorecard (BSC) у системі управління фінансовим результатами

Джерело: побудовано автором за [5]



Рис. 3. Послідовність реалізації концепції Six Sigma в системі управління фінансовим результатами

Джерело: побудовано автором за [1]

теми управління фінансовими результатами на підприємстві.

М.І. Арич вважає доцільним для оптимізації та розвитку системи управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства використання концепції Six Sigma, яка передбачає налагодження управління підприємством для зменшення усіх видів дефектів і втрат за допомогою поступової реалізації проектів із ліквідації причин недоліків на основі кількісного дослідження процесів. Концепція Six Sigma спрямована на виробництво товарів світового рівня якості та досягнення стійкого лідерства в бізнесі [1].

Вчений наголошує, що оптимізація системи управління фінансовими результатами досягається завдяки глибокому та детальному аналізу поточної ситуації на підприємстві, усуненню недоліків управлінської діяльності та комплексній взаємодії всіх без винятку елементів суб'єкта господарювання. Вдосконалена автором послідовність реалізації цієї концепції виглядає так (рис. 3).

Як бачимо, основною метою запропонованої концепції стає оптимізація системи управління фінансовими результатами на підприємстві. Повністю погоджуємося, що контрольні заходи мають бути присутніми на кожному з етапів оптимізації системи управління фінансовими результатами, оскільки саме вони забезпечують якість та ефективність запланованих заходів. Отже, вагомого значення набувають аналітичне забезпечення та контрольні заходи, оскільки саме ці інструменти забезпечуватимуть розвиток і оптимізацію сис-

теми управління фінансовими результатами на підприємстві.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз показав розмаїття пропонованих до впровадження та реалізації концептуальних підходів, які містять елементи і традиційних поглядів, і інноваційних методик. Однак зауважимо, що жодна з концепцій не повинна розглядатися як єдино правильна і доцільна, елементи всіх підходів мають бути органічно вбудовані у цілісний механізм управління на підприємстві, тому на перший план висуваються вимоги системного підходу до процесів управління на підприємстві. На нашу думку, реалізація актуальних управлінських принципів та сучасних технологічних прийомів в умовах системного підходу дасть змогу отримати синергетичний ефект, дослідження прояву якого в процесі формування фінансового результату становить напрям подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Арич М.І. Управління фінансово-економічними результатами підприємств харчової промисловості: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04; Міністерство освіти і науки України, Національний університет харчових технологій. Київ, 2015. 214 с.
2. Крюкова І.О., Лагодієнко Н.В. Імплементация поточкових концепцій у науково-методичні аспекти управління фінансовою безпекою підприємств АПВ. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2015. № 2(2). С. 212–218. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/articles/1442748167411.pdf>

3. Минів Р.М., Батюк О.Я. Сучасні концепції управління ефективністю діяльності сільськогосподарських підприємств. Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. 2016. № 2(69). Т. 18. URL: https://www.researchgate.net/publication/309217379_sucasni_koncepcii_upravlinna_efektivnistu_dialnosti_silskogospodarskih_pidpriemstv.

4. Музиченко-Козловський А.В. Концепція управління за цілями як інновація. Сучасні проблеми еко-

номіки і менеджменту: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 10–12 листопада 2011 р.). Львів: Львівська політехніка, 2011. С. 240–241.

5. Орликовський М.О., Трокоз Д.І. Новітні концепції управління ефективністю діяльності сучасних підприємств. Ефективна економіка. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3034>.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

SYSTEM APPROACH TO CONTROL OF QUALITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT

У статті розроблено системний підхід до контролю якості розвитку промислового підприємства, який ураховує можливі види неузгоджень, що мають системний характер виникнення, адже рішення щодо впровадження необхідних заходів розвитку промислового підприємства приймаються суб'єктами управління планово (згідно з програмами розвитку) або непланово (згідно з ринковими тенденціями).

Ключові слова: контроль, якість розвитку, промислове підприємство, система, системний підхід, неузгодження, управлінські рішення.

В статье разработан системный подход к контролю качества развития промышленного предприятия, который учитывает возможные виды нестыковок, имеющих системный характер возникновения, ведь решения о внедрении необходимых мер раз-

вития промышленного предприятия принимаются субъектами управления планово (по программе развития) или внепланово (с учетом рыночных тенденций).

Ключевые слова: контроль, качество развития, промышленное предприятие, система, системный подход, неувязки, управленческие решения.

The article develops a systematic approach to the quality control of an industrial enterprise that takes into account the possible types of disagreements that have a systemic nature of occurrence, since decisions regarding the implementation of the necessary measures for the development of an industrial enterprise are taken by the plan of management (according to the development plan) or unplanned (according to market trends).

Key words: control, quality of development, industrial enterprise, system, system approach, non-coordination, managerial decisions.

УДК 658.5.012.7:621.311.1

Шостаковська А.В.

к.е.н, доцент кафедри господарсько-правових дисциплін
Донецький юридичний інститут
Міністерства внутрішніх справ України
м. Кривий Ріг

Постановка проблеми. Контроль якості розвитку промислового підприємства складається із багатьох взаємозв'язаних елементів, що перебувають у свого роду єдності, яка виражається досягненням установлених цілей розвитку відповідно до вимог рівня якості досягнення таких цілей та стану результатів розвитку. Процес контролю має базуватися на таких методах та підходах, застосування яких передбачало б ефективне управління системою, до якої входять елементи, за рахунок яких відбуваються необхідні заходи розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні питання контролю розвитку промислових підприємств розглядалися у роботах багатьох дослідників, серед яких можна відокремити таких науковців, як Н.Г. Виговська [1], В.Ф. Максимова, В.П. Пантелеєв, І.А. Горбунов, І.С. Грозний [7], О.Є. Кузьмін [6]. Але слід відзначити, що підходи, а саме системний підхід, до контролю якості розвитку у роботах цих дослідників не розглядалися на достатньому рівні, крім того, поза увагою залишилося питання адаптації системи контролю до реалій промислового підприємства.

В.А. Харченко під системним підходом до управління підприємством передбачає таке управління, у результаті якого взаємозв'язано вирішуються системні завдання, котрі об'єднані в підсистеми, що враховують часовий період управління, ресурсні складники, перспективи розвитку, ризики [2]. На думку автора, застосування даного підходу дасть змогу не допустити розвиток кризових явищ у процесі функціонування підприємства, оскільки система управління спрямована на передбачення,

своєчасне реагування та запобігання таким явищам. Основними перевагами в даному представленні системного підходу є виокремлення можливості розвитку кризових явищ усередині системи та своєчасне запобігання перетіканню негативних процесів у системі.

І.В. Левицька та В.В. Постова виділяють контроль розвитку промислового підприємства як окремий вид фінансово-господарського контролю, що здійснюється певними суб'єктами – власниками, керівництвом підприємства – для вирішення завдань оперативного і стратегічного управління впровадженням необхідних заходів розвитку та підприємством у цілому [3].

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення системного підходу до контролю якості розвитку промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдання в рамках системи управління промисловим підприємством:

- оцінка стану і результатів розроблення та впровадження стратегічних заходів розвитку промислового підприємства;
- виявлення причин невідповідності фактичних результатів плановим, установленим параметрам якості розвитку;
- оцінка ресурсних можливостей для отримання конкурентних переваг за рахунок використання інноваційних технологій із виготовлення нових видів продукції промислового підприємства в рамках реалізації програми його розвитку;
- аналіз результатів реалізації обраної стратегії розвитку за стадіями життєвого циклу, функцій

і рівнями системи управління відповідно до встановлених вимог щодо рівня якості розвитку [3].

Види контролю в рамках системного підходу можна класифікувати за такими ознаками:

- щодо відповідності результатів діяльності поставленим цілям (стратегічний та оперативний контроль);
- за функціями управління (фінансовий, адміністративний контроль);
- за ступенем охоплення (повний, вибіркового контроль);
- за стадіями процесу (початковий, проміжний, кінцевий контроль);
- за формою контролю (зовнішній, внутрішній) [3].

Системний підхід до управління якістю розвитку промислового підприємства розглядає взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем, передбачає проведення зовнішнього (вибіркового або повного) контролю з боку керуючої компанії власників підприємства, акціонерів), споживачів, замовників, державних контролюючих організацій. При цьому повний контроль розглядається як постійно функціонуюча підсистема в системі управління підприємством. Вибірковий контроль спрямований на перевірку окремих стадій впровадження стратегічних заходів розвитку промислового підприємства [3].

Як зазначає О.Б. Мних, застосування у теорії та практиці управління підприємствами системного підходу здійснюється для забезпечення більш ефективної діяльності підприємства [4]. Системний підхід до управління розвитком промислового підприємства передбачає розгляд об'єкта управління як цілісної моделі та необхідність забезпечення взаємозв'язку всіх її елементів. Характерною рисою системного підходу є те, що зміна одного з елементів системи призводить до зміни інших елементів.

Р.І. Жовновач доводить значимість системного підходу до управління розвитком промислового підприємства, яка полягає у тому, що він дає змогу всебічно оцінити діяльність підприємства, його систему управління як у цілому, так і на рівні конкретних конкурентних переваг, проаналізувати будь-яку ситуацію у межах окремо взятої системи, виявити характер проблем [5]:

- виходу (забезпечення матеріальними, фінансовими, трудовими, інформаційними та іншими видами ресурсів);
- процесу (перетворення ресурсів у результат);
- входу (продукція, послуги, інформація).

Основними властивостями системи є:

- навчання системи;
- втручання системи;
- поведінка системи;
- розвиток системи;
- функціонування системи;

- відношення у системі;
- організація управління системою;
- ціль системи;
- внутрішні та зовнішні зв'язки системи;
- структура системи;
- протиріччя системи.

Однією із властивостей системи є наявність протиріч у ній. Дана властивість є однією з основних, адже уникнення таких важливих компонентів, як протиріччя, призводить до появи проблем в системі. Під протиріччями в системі слід уважати дії компонентів системи з протилежними цілями або функціями; зниження протиріч сприяє нормальному функціонуванню системи та її розвитку [8].

Такими компонентами, на нашу думку, слід уважати суб'єкти та об'єкти управління якістю розвитку промислового підприємства з протилежними цілями. Перебування системи в нормальному стані можливо лише за наявності деякого контрольованого рівня протиріч, що дає змогу підтримувати баланс. Як систему розглянемо типове промислове підприємство з горизонтально-вертикальною організаційною структурою, елементи якої ієрархічно підпорядковані організаційні одиниці – посадові позиції, що виступають суб'єктами управління. До таких можна віднести (топ-менеджмент):

- акціонерів (керуючу компанію);
- генерального директора підприємства;
- фінансового директора підприємства;
- директора з виробництва;
- комерційного директора.

Об'єктами управління (метою діяльності) перелічених суб'єктів є:

- акціонери (керуюча компанія) – прибуток (отримання максимального прибутку);
- генеральний директор підприємства – організація та координація взаємодії всіх складників підприємства (служб, підрозділів, відділів) як єдиного механізму для виробництва товарів, надання послуг, отримання прибутку, згідно з установленими стратегічними цілями розвитку підприємства; підпорядковується акціонерам (власникам) компанії;

- фінансовий директор підприємства – контроль витратної та дохідної частин бюджету підприємства, організація управлінського обліку результатів виробничо-господарської діяльності та економне використання фінансових, трудових, матеріальних ресурсів підприємства; підпорядковується генеральному директору підприємства;

- директор із виробництва – організація та координація виробничих процесів на підприємстві з виготовлення продукту, надання послуг відповідно до встановлених стандартів якості; пошук нових методів та засобів виробництва, контроль їх впровадження для розширення асортименту продукції, що виробляється, переліку послуг, що нада-

ються; підпорядковується генеральному директору підприємства;

- комерційний директор – відповідає за дохідну частину бюджету підприємства, здійснює пошук нових клієнтів, підтримує взаємодію з наявними клієнтами; підпорядковується генеральному директору підприємства.

В умовах розроблення, підготовки та впровадження необхідних заходів розвитку промислового підприємства можуть виникати такі види протиріч, якщо розглядати організацію як систему:

1. Фінансові протиріччя. Між фінансовим директором та директором із виробництва з приводу виділення коштів на проекти розвитку (придбання нових видів техніки, обладнання під виробництво нових видів продукції та послуг) без гарантії їх компенсації під майбутніх клієнтів.

2. Виробничі протиріччя. Між директором із виробництва та керівниками відповідних виробничих служб та підрозділів. Можуть мати місце за умови низького рівня техніко-технологічної підготовки виробництва під час упровадження проектів розвитку (відсутність компетентних спеціалістів, відповідних державних дозволів та сертифікатів, недоопрацювання деяких або всіх виробничих складників у рамках упровадження нової технології виробництва та ін.).

3. Ринкові протиріччя. Між комерційним директором та генеральним директором. Можуть виражатися у стратегічному баченні виходу підприємства на нові ринки збуту та роботи в конкурентному полі.

4. Внутрішні протиріччя. Активні чи пасивні конфлікти між топ-менеджерами, невирішення яких спричиняє гальмування в обговоренні проектів розвитку, підготовки та ухвалення рішень щодо їх упровадження, що може мати наслідки в несвоєчасному виходу на ринок із новим продуктом чи надання послуг, отримання збитків у вигляді курсової різниці на момент підписання відповідних договорів на поставку нових видів техніки та обладнання. Також збитки можуть бути пов'язані з погіршенням кредитних умов на залучення коштів під проекти розвитку промислового підприємства у вигляді тривалого часу обговорення та прийняття рішень топ-менеджерами.

Формально дані протиріччя можуть набувати таких форм:

1. Модель однорідних протиріч у системі.

В даному разі протиріччя між суб'єктами управління та мають однаковий предмет, проте виражаються по-різному. Тобто дані протиріччя можна назвати сумісними, що носять однакову мету розвитку промислового підприємства в рамках системи.

2. Модель частково сумісних протиріч у системі.

Формально модель, що має місце за умови наявності частково сумісних протиріч між

суб'єктами управління та , де ознаки одного з яких частково мають ознаки іншого. Мета розвитку промислового підприємства в рамках системи між суб'єктами управління в даному разі співпадає лише частково.

3. Модель підпорядкування протиріч в системі (варіант 1).

За умови, якщо протиріччя суб'єкта управління є вагомішими за протиріччя суб'єкта управління .

4. Модель підпорядкування протиріч в системі (варіант 2).

Коли протиріччя між суб'єктами управління та є несумісними, за своїм змістом повністю не співпадають, дані протиріччя в системі можуть бути вирішені шляхом підпорядкування суб'єкту управління (наприклад, акціонеру підприємства).

5. Модель несумісних протиріч у системі з можливістю їх об'єднання.

За умови відсутності втручання третьої сторони у вирішення протиріч між суб'єктами управління, які за своїм змістом є протилежними, тобто ознаки одних виключають ознаки інших, але є можливість їх об'єднання в рамках однієї системи.

6. Модель несумісних протиріч у системі з неможливістю їх об'єднання.

За відсутності можливості об'єднання протиріч між суб'єктами управління та , які продовжують перебувати в рамках однієї системи та є протилежними за своїми ознаками та змістом, утручання третьої сторони (акціонерів) є неможливим.

Таким чином, розглянуто можливі варіанти функціонування сумісних, несумісних або частково сумісних протиріч у системі між суб'єктами управління, що можуть виникати під час розроблення, підготовки або впровадження проектів розвитку промислового підприємства, якщо розглядати організацію системно. Активна чи пасивна фаза протиріч, їх невирішення можуть мати негативний вплив на якість розвитку. Так, наприклад, протиріччя між фінансовим директором та директором із виробництва щодо придбання нових видів техніки або обладнання для розширення виробництва може проявлятися у виділенні коштів на поставку. Одна сторона (фінансовий директор) вимагатиме для економії коштів придбання б/у обладнання, інша сторона (директор із виробництва) – придбання нового обладнання. Результат вирішення даного протиріччя матиме прямий вплив на рівень якості розвитку промислового підприємства. Для вирішення подібних протиріч розроблено підхід, що дає змогу контролювати вирішення неузгоджень у системі промислового підприємства під час прийняття управлінських рішень щодо розроблення та впровадження необхідних заходів розвитку (рис. 1).

У представленому системному підході до контролю якості розвитку промислового підпри-

емства вирішено завдання з регулювання протиріч, що виникають на підприємстві в процесі його розвитку, а саме на стадії прийняття рішень щодо впровадження необхідних заходів розвитку (придбання техніки та обладнання, розширення виробництва, вихід на нові ринки збуту тощо).

У представленій моделі зображено три види протиріч, що є сумісними за своїм змістом (ліва сторона) та можуть виступати формами врегулювання протиріч між суб'єктами управління: співпраця (лівий верхній), компроміс (середній лівий) та поступка (лівий нижній).

Несумісними є протиріччя, що представлені у формі (права сторона) суперництва (правий середній) та конфлікту (правий нижній). Такі протиріччя мають перетикати у форму сумісних протиріч, що представлено відповідними лініями:

1. Конфлікт у співпрацю (ідеальний варіант).
2. Конфлікт у поступку однієї сторони (можливий варіант).
3. Конфлікт у компроміс обох сторін (можливий варіант).
4. Суперництво в компроміс (ідеальний варіант).
5. Суперництво в поступку однієї сторони (можливий варіант).

Лініями 8 та 9 зображено модель, коли суб'єкти управління можуть дійти до форм компромісу та співпраці шляхом примусу третьої впливової сторони (наприклад, акціонерів компанії).

Висновки з проведеного дослідження. Розроблено системний підхід до контролю якості розвитку промислового підприємства, який урахує можливі види узгоджень, що мають системний характер виникнення, адже рішення щодо впровадження необхідних заходів розвитку промислового підприємства приймаються суб'єктами управління планово (згідно з програмами розвитку) або непланово (згідно з ринковими тенденціями). Ризик тривалості узгодження таких управлінських рішень у силу виникнення можливих протиріч між суб'єктами управління може проявитися у вигляді фінансових утрат або ринкових позицій підприємства в галузі, що матиме вплив на організацію у цілому. Для мінімізації рівня таких протиріч запропоновано підхід, який включає визначений алгоритм дії для узгодження можливих протиріч. Контрольна функція трансформації несумісних за своїм змістом протиріч у сумісні лягає, за необхідності, на власників промислового підприємства. Практична реалізація розробленого підходу сприятиме підвищенню рівня якості розвитку промислового підприємства з урахуванням вихідних умов прийняття управлінських рішень щодо впровадження проектів розвитку з наявними обмеженнями (що приймають форму розглянутих протиріч між суб'єктами управління). Несвоєчасне вирішення таких протиріч може призвести до проблем, які матимуть руйнівний вплив на систему підприємства та призведуть до її роздроблення.

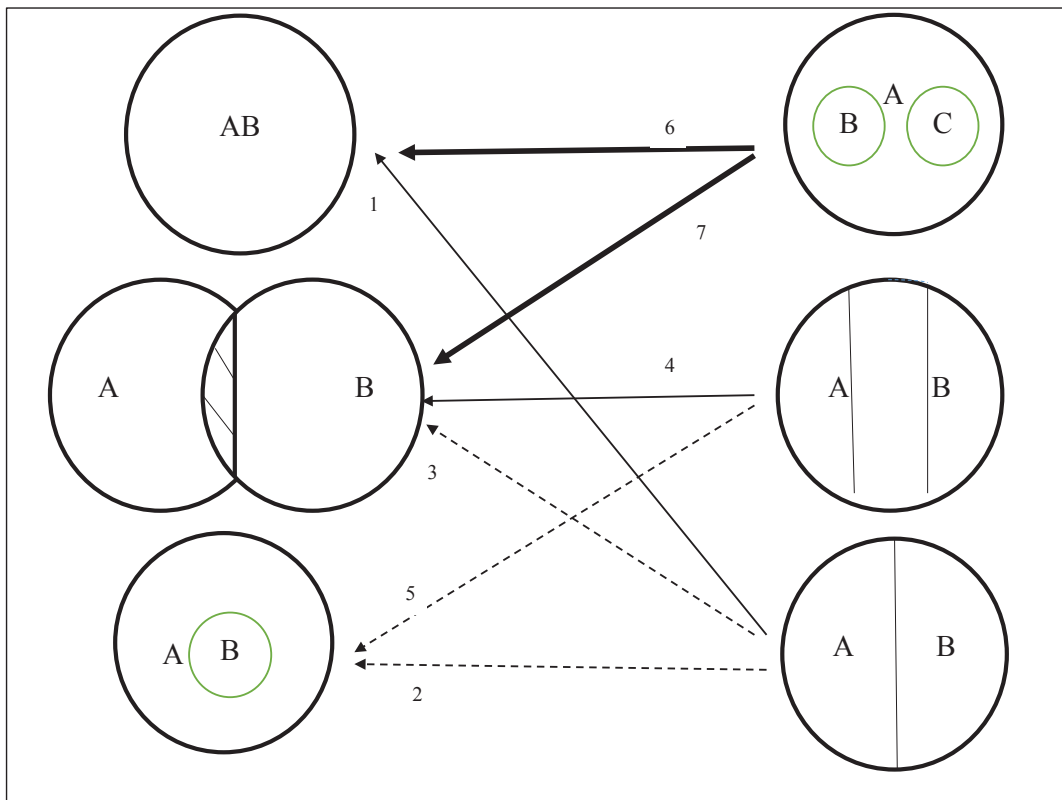


Рис. 1. Системний підхід до контролю якості розвитку промислового підприємства

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Виговська Н.Г. Господарський контроль в Україні: теорія, методологія, організація: монографія. Житомир: ЖДТУ, 2008. 532 с.
2. Харченко В.А. Системний підхід в управлінні підприємством. URL: <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/26081/1/>.
3. Левицька В.І., Постова В.В. Системний підхід до управління інноваційною діяльністю підприємств машинобудування. Вісник ЖДТУ. 2016. № 4(78). С. 158–169.
4. Мних О.Б. Актуальні проблеми формування інтегрованої системи стратегічного управління розвитком підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». 2004. № 499. С. 196–203.
5. Жовновач Р.І. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2010. Вип. 18. Ч. I. С. 344–351.
6. Кузьмін О.Є., Кізло М.В. Система контролю діяльності промислового підприємства: формування та формалізація. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 4. С. 184–194.
7. Грозний І.С. Теорія та практика управління якістю розвитку промислових підприємств на основі когерентного підходу: монографія. Запоріжжя: КПУ, 2014. 300 с.
8. Системний підхід. URL: <http://www.industrialnet.com.ua/sistemniy-p-dkh-d/>.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

THEORETICAL ASPECTS OF INVESTIGATION-INVESTMENT STRATEGIES OF TOURIST ENTERPRISES INVESTIGATION

У статті розглянуто питання аналізу, розроблення й упровадження інноваційно-інвестиційних стратегій в умовах сучасного розвитку ринку туристичних послуг. Здійснено аналіз основних підходів до визначення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичних підприємств. Обґрунтовано можливості та необхідність розроблення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного підприємства. Визначено зовнішні фактори, які впливають на формування інвестиційно-інноваційної стратегії туристичних підприємств.
Ключові слова: інноваційно-інвестиційні стратегії, туристичні підприємства, розвиток, формування, реалізація, конкурентоспроможність, зовнішні фактори.

В статье рассмотрены вопросы анализа, разработки и внедрения инновационно-инвестиционных стратегий в условиях современного развития рынка туристических услуг. Осуществлен анализ основных подходов к определению инновационно-инвестиционной стратегии туристических предприятий. Обоснованы возможности и необходимость разработки инновационно-

инвестиционной стратегии туристического предприятия. Определены внешние факторы, влияющие на формирование инвестиционно-инновационной стратегии туристических предприятий.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционные стратегии, туристические предприятия, развитие, формирование, реализация, конкурентоспособность, внешние факторы.

The article deals with the issues of analysis, development and implementation of innovation-investment strategies in the context of the modern development of the tourist services market. The analysis of the main approaches to the definition of innovation and investment strategy of tourist enterprises is carried out. The possibilities and necessity of development of innovative investment strategy of the tourist enterprise are grounded. The external factors influencing the formation of investment and innovation strategy of tourist enterprises are determined.

Key words: innovation-investment strategies, tourism enterprises, development, formation, realization, competitiveness, external factors.

УДК 338.488

Яровий В.Ф.

к.е.н., доцент кафедри туризму
Херсонський державний університет

Постановка проблеми. Ситуація на ринку туристичних послуг, де спостерігається посилення конкуренції, потребує від вітчизняних туристичних підприємств формування стійких конкурентних переваг, тому значення інноваційної діяльності підприємства підсилюється, стає щоразу важливішим формування інноваційного потенціалу підприємств, який дасть змогу вдосконалити наявні та оволодіти новими конкурентоспроможними технологіями, що повинно бути головним чинником забезпечення економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами інноваційної діяльності займалися багато вітчизняних учених, серед них: Ю. Бажал, А. Гриньов, В. Гриньова, О. Пушкар, О. Анненкова, О. Ястремська, О. Новікова, В. Онікієнко, М. Крупка, М. Туган-Барановський, Г. Андрощук та ін. Важливий внесок у вивчення проблем інноваційної діяльності зробили закордонні вчені-економісти: Б. Санто, Б. Твіс, Й. Шумпетер, І. Перлакі, П. Друкер, В. Томсон, Н. Терпецький, А. Пригожин, Р. Фатхутдінов, О. Водачкова, П. Завлін, А. Казанцев та ін.

Дослідження інновацій та інвестицій у діяльності туристичних підприємств розглянуто в працях вітчизняних і закордонних учених: В.І. Бирковича, В.С. Боголюбова, С.В. Дмитрука, А.П. Дуровича, М.А. Жукової, В.О. Квартальнова, С.І. Ковальова, М.М. Малахової, Л.О. Мармуль,

М.О. Міхно, В.С. Новікова, Ю.А. Пшеничних, І.А. Романюк, А.Е. Саак, С.Т. Соколова, О.І. Черниш, А.В. Чечель та ін.

Узагальнення опублікованих за даною проблематикою робіт дає змогу зробити висновок про те, що теоретичні і методичні підходи до вирішення завдань поліпшення інноваційно-інвестиційної діяльності недостатньо розроблені як у науковому, так і в прикладному аспектах. Незважаючи на велику кількість праць, сьогодні недостатньо дослідженими залишаються питання аналізу, розроблення й упровадження інноваційно-інвестиційних стратегій в умовах сучасного розвитку ринку туристичних послуг.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення теоретичних та практичних рекомендацій щодо формування і реалізації інноваційно-інвестиційних стратегій туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування та активізація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства – це чи не єдиний механізм конкурентоспроможності й значний поступ на шляху до лідерських позицій у систему економічних відносин. Інноваційна і інвестиційна діяльність нерозривно пов'язана між собою, тому що інноваційний розвиток потребує інвестування, а стимулювання інвестиційної діяльності має розглядатися як провідний напрям у стратегічній політиці сучасного підприємства. Все це свідчить про необхідність формування чіткої стратегічної полі-

тики у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства.

Як зазначає Г.І. Михайличенко, інноваційно-інвестиційна діяльність туристичного підприємства безпосередньо формується та здійснюється в умовах інноваційного середовища, під яким пропонується розуміти визначену і сформовану систему факторів: політичних, правових, економічних, виробничо-технологічних, демографічних, географічних, ринкових, соціокультурних, природних, екологічних, міжнародних, що забезпечує (прискорює чи гальмує) розвиток його інноваційної діяльності [1].

На думку інших авторів, інноваційне середовище визначається як сукупність нормативно-правових, соціально-економічних, психологічних та організаційно-управлінських умов, що комплексно дають змогу виявити і забезпечити підприємницьку ініціативу, здійснити науково-виробничий супровід техніко-економічних новацій. Це процес стимулювання підприємств до технологічного оновлення, впровадження передових науково-технічних досягнень, створення конкурентоспроможних продуктів та послуг [2, с. 48].

У підсумку потрібно відзначити, що в широкому контексті інноваційно-інвестиційне середовище є тією соціально-економічною сферою, що сприяє формуванню інноваційної політики та культури, виступає об'єктом інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, забезпечує різноманітність економічних потреб та інтересів. У вузькому значенні інноваційне середовище – це результат змін потенціалу підприємства, тому основним принципом структурування інноваційного середовища є принцип керованого переходу від стихійної організації інноваційного пошуку до формування нових соціально-економічних умов управління інноваційним розвитком підприємства.

Активна та скоординована мережа інноваційних структур, що являють собою збалансоване інноваційне середовище, формують інноваційний стратегічний шлях розвитку, який є найбільш перспективним як для окремих туристичних підприємств, так і для ринку туристичних послуг у цілому, а формування такого середовища є гарантом як найактивнішого залучення підприємств до цього процесу і виступає одним із головних чинників конкурентоспроможності та економічного прогресу.

Саме поняття інноваційно-інвестиційної стратегії залежить від теоретико-методологічної концепції, в основі якої визначальну роль формує інноваційна діяльність підприємства. Погляди науковців стосовно сутності категорії «інноваційна стратегія» варіюються від визначення як «...своєчасна концентрація управлінських зусиль на освоєння й використання перспективних досягнень науково-технічного розвитку...» до «...обраний напрям відновлення продукції підприємства...»,

«...засіб досягнення цілей організації, який відрізняється від інших своєю новизною...».

Відповідно, обрані підходи є своєрідним підґрунтям для визначення факторів вибору інноваційної стратегії туристичних підприємств та механізмів її реалізації. Г.П. П'ятницька підкреслює, що інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей організації, що відрізняється від інших засобів своєю новизною насамперед для даної організації й, можливо, для галузі, ринку, споживачів. Слід зазначити, що будь-які стратегічні кроки підприємства мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, маркетинговій, збутовій чи управлінській сферах [3, с. 25].

Значний вплив на поглиблення і розширення меж розуміння інноваційної стратегії зробила С. Мельниченко [4, с. 176], яка визначає інноваційну стратегію підприємств сфери послуг як цілеспрямовану діяльність із визначення найважливіших напрямів, вибору пріоритетів перспективного розвитку підприємства та вироблення необхідного для їх досягнення комплексу заходів. У системі формування інноваційної стратегії туристичних підприємств велике значення має інноваційний потенціал, який, безумовно, є стратегічним критерієм результативності й ефективності їх функціонування.

Так, О.Є. Гарбера вважає, що інноваційний потенціал туристичного підприємства – це міра готовності виконати завдання, що забезпечує досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту або програми інноваційних стратегічних змін [5, с. 30]. Своєю чергою, на думку А.П. Гречан, інноваційний потенціал підприємства характеризується синергійним ефектом комплексного використання сукупності ресурсів (матеріальних, фінансових, нематеріальних активів і ресурсів), які під впливом ринкового попиту спроможні забезпечувати прибутковість капіталу та сприяти інноваційному розвитку підприємства, а також його місце як «оболонки» загального потенціалу [6, с. 108].

Досить цікавим є науковий підхід В.С. Новікова, який у своїй праці використовує поняття «інвестиційна стратегія інноваційного розвитку», яка розглядається як динамічний процес ресурсного забезпечення підприємства, що розвивається (насамперед на базі нових технологій, нових способів організації виробництва й управління, нових товарів і способів їх реалізації та ін.), в умовах зовнішнього середовища, що змінюється [7, с. 112].

Більшість науковців подає тлумачення інвестиційної стратегії як системи довгострокових цілей та шляхів її досягнення у сфері інвестиційної діяльності підприємства з урахуванням особливостей основної діяльності та кон'юнктури інвестиційного ринку. І.О. Бланк підкреслює, що інвести-

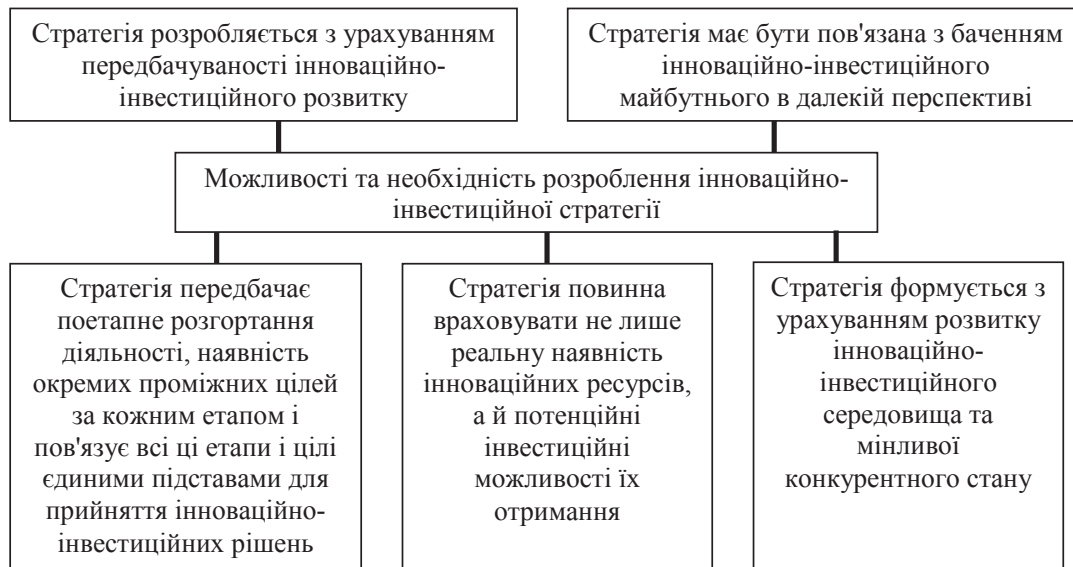


Рис. 1. Можливості та необхідність розроблення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного підприємства

ційна стратегія є системою довгострокових цілей інвестиційної діяльності економічного суб'єкта, що визначаються завданнями його розвитку та інвестиційною ідеологією, а також вибір найефективніших шляхів їх досягнення. Інвестиційну стратегію можна уявити як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності, що визначає пріоритети її напрямів та форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують передбачений розвиток економічного суб'єкта [8, с. 211].

На думку М. Вшиванюк, інвестиційна стратегія відображає переваги підприємства в інвестиційній діяльності порівняно з його конкурентами; забезпечує чіткий взаємозв'язок стратегічного, поточного й оперативного управління інвестиційною діяльністю підприємства; забезпечує реалізацію відповідно менталітету інвестиційної поведінки в найбільш важливих стратегічних інвестиційних рішеннях підприємства; відбувається формування значення основних критеріальних оцінок вибору реальних інвестиційних проектів і фінансових інструментів інвестування; є однією з передумов стратегічних змін загальної організаційної структури управління й організаційної культури підприємства [9, с. 205].

Аналіз основних підходів до визначення інвестиційної стратегії дає можливість зробити висновок, що інновації є однією з форм інвестиційної стратегії туристичних підприємств, тобто способом досягнення цілей інвестиційної діяльності шляхом вкладення інвестиційних ресурсів в інноваційну сферу. У цілому серед сучасних вітчизняних дослідників існує думка, що для багатьох туристичних підприємств саме інноваційно-інвес-

тиційна стратегія є найважливішою функціональною стратегією, оскільки вона забезпечує обґрунтування ринкової спрямованості підприємства.

На нашу думку, в умовах мінливого інноваційно-інвестиційного середовища саме розроблення стратегії є запорукою ефективного розвитку туристичного підприємства (рис. 1). Ми вважаємо, що інноваційно-інвестиційна стратегія розвитку туристичного підприємства є сукупністю заходів для досягнення мети формування інноваційного туристичного продукту в складних умовах зовнішнього середовища на основі впровадження нових технологій, нових способів організації виробництва й управління [10, с. 123].

Оцінка інноваційного потенціалу туристичного підприємства, під яким розуміємо сукупність технологічних, матеріально-технічних, організаційно-управлінських, фінансово-економічних ресурсів, які дають можливість туристичному підприємству розробляти та впроваджувати нововведення, є підґрунтям ефективного вибору інноваційно-інвестиційної стратегії його розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. У цілому на формування інвестиційно-інноваційної стратегії туристичних підприємств впливає безліч факторів, які діють як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства. Серед зовнішніх факторів найбільший вплив, як правило, мають:

- особливості розвитку галузі, в якій функціонує підприємство (стадія життєвого циклу галузі, тенденції у формуванні споживчого попиту на продукцію, рівень конкуренції та основні методи конкурентної боротьби);

- рівень державної підтримки галузі, рівень розвитку фінансового ринку та інвестиційний клімат.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 1(7).
2. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 1(37). С. 47–50.
3. П'ятницька Г.Т. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування і вибору. Проблеми науки. 2014. № 11. С. 21–29.
4. Мельниченко С.В., Магалецький А.В. Маркетингова політика в готельному бізнесі: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 344 с.
5. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 23. С. 29–31.
6. Гречан А.П. Інноваційний підхід до формування стратегії підприємства. Вісник КНУТД. 2003. № 3. С. 106–109.
7. Новіков В.С. Інновації в туризмі. М.: Академія, 2007. 208 с.
8. Бланк І.О., Гуляєва Н.М. Інвестиційний менеджмент: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 398 с.
9. Вишиванюк М. Підходи до формування інвестиційної стратегії підприємства в індустрії туризму. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.9. С. 203–207.
10. Кацемир Я.В. Полезность услуг как составляющая повышения потребительской привлекательности туристического продукта. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2017. Вип. 12(1). С. 121–124.

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ІНСТИТУЦІЙНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ

INSTITUTIONAL FACTORS OF THE REGIONAL IMAGE FORMATION

У статті проведено структурування факторів формування іміджу регіону. Обґрунтовано інституційний характер впливу цих факторів. Досліджено їх взаємозв'язок з діями влади. Особливу увагу приділено інформаційній політиці, яка об'єднує дії інших факторів та спрямовує на просування іміджу регіону в конкурентному середовищі. Виділено перспективні напрями подальших досліджень іміджу регіону.

Ключові слова: імідж, регіон, інститут, фактор, інформаційна політика, інноваційний потенціал, соціальні стандарти.

движение имиджа региона в конкурентной среде. Выделены перспективные направления дальнейших исследований имиджа региона.

Ключевые слова: имидж, регион, институт, фактор, информационная политика, инновационный потенциал, социальные стандарты.

The article deals with the structuring of the factors of the regional image formation. It reveals the institutional character of the influence of these factors and investigates their relationship with the actions of the authorities. Particular attention is paid to information policy, which combines the actions of other factors and aims to promote the image of the region in a competitive environment. The article also highlights the perspective directions of further researches of the regional image.
Key words: image, region, institute, factor, information policy, innovation potential, social standards.

УДК 338.48

Зінченко О.А.

к. е. н.,

доцент кафедри менеджменту

та туристичного бізнесу

Дніпровський національний університет

імені Олеся Гончара

В статье проведено структурирование факторов формирования имиджа региона. Обоснован институциональный характер влияния этих факторов. Исследована их взаимосвязь с действиями власти. Отдельное внимание уделено информационной политике, которая объединяет действия других факторов и направляет на про-

Постановка проблеми. В реаліях сучасного соціально-економічного розвитку імідж є надзвичайно важливим ресурсом як на державному, так і на регіональному рівнях. Відбувається це у зв'язку з винятковою роллю інформації в конкурентній боротьбі суб'єктів економічних та політичних відносин. Імідж території, її репутація серед вітчизняної та зарубіжної політичної спільноти та бізнес-спільноти стають основними факторами просування національних і регіональних цілей, перспективних проектів, найважливішою конкурентною перевагою для налагодження продуктивних відносин.

Як комплексне явище імідж потребує системного підходу до свого формування. Структурними компонентами іміджу виступають різні економічні, географічні, національні, культурні, демографічні характеристики державної системи. Від ступеня їх оцінки та врахування в процесі розроблення іміджу залежать його обґрунтованість та об'єктивність відображення суспільної дійсності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Природа поняття «імідж» розглядається вченими протягом декількох десятиліть в розрізі різних напрямів науки. Так, у соціальній психології імідж піддається аналізу як цілісне уявлення про певний соціальний об'єкт, створене на основі його стереотипного сприйняття. Дослідженню цього поняття в даному контексті присвячені роботи П. Бурдьє [1], Ж.-Ф. Ліотара [2], М. Фуко [3], Ж. Коркюфа [4].

З точки зору економіки імідж постає як образ організації, підприємства, продукту, що обумовлює його місце в економічному просторі і служить для формування та підтримки лояльності партнерів і споживачів. Видатними дослідниками цього напрямку є Дж. Катона [5], Ф. Котлер [6], Е. Гуммесон [7].

Політологія використовує поняття іміджу для визначення авторитету, влади, могутності політичних структур або конкретних політичних діячів. Цей підхід розкрито в наукових роботах Д. Гавра [8], С. Анхольта [9].

Таким чином, поняття «імідж» знаходиться в полі зору кількох напрямів науки, що скорочує можливість формулювання єдиної універсальної дефініції терміна «імідж».

Постановка завдання. Незважаючи на значну кількість робіт з дослідження іміджу держави та регіонів, поза уваги залишаються питання інституціоналізації процесів створення та просування іміджу.

Метою статті є структурування та аналіз інституціональних факторів формування іміджу регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Імідж регіону формується не спонтанно, на нього мають вплив фактори, які регулюють інформаційні відносини і створюють умови для сприйняття певною аудиторією (населенням, інвесторами, владними структурами) образу регіону. Такі фактори мають інституційний характер, оскільки здійснюють системний та всебічний вплив, метою якого є

впорядкування інформаційних відносин, інтегрування їх в єдиний простір.

Умовно ці фактори можна розділити на такі групи, як економічні регулятори, історично-географічні умови, інноваційний потенціал, політико-правові інститути, етнокультурні особливості, інфраструктура регіонального розвитку, регулятори соціального розвитку, інформаційна політика (рис. 1).

Формування інформаційного образу регіону відбувається за певних умов, а саме економічних, соціальних, політичних, культурних. Так, стан еко-

номіки регіону хоча не є інститутом у класичному розумінні цього терміна, але здатний впливати на суспільну думку, створювати умови для поширення іміджу. Економічна стабільність забезпечує позитивне сприйняття регіону, його привабливість як для інвестицій, так і до залучення інтелектуальних ресурсів. Показниками стану економічного розвитку можна вважати обсяги внутрішнього регіонального продукту та інвестицій в регіональну економіку, кількість господарюючих суб'єктів, середню частку в експорті, кількість економічно

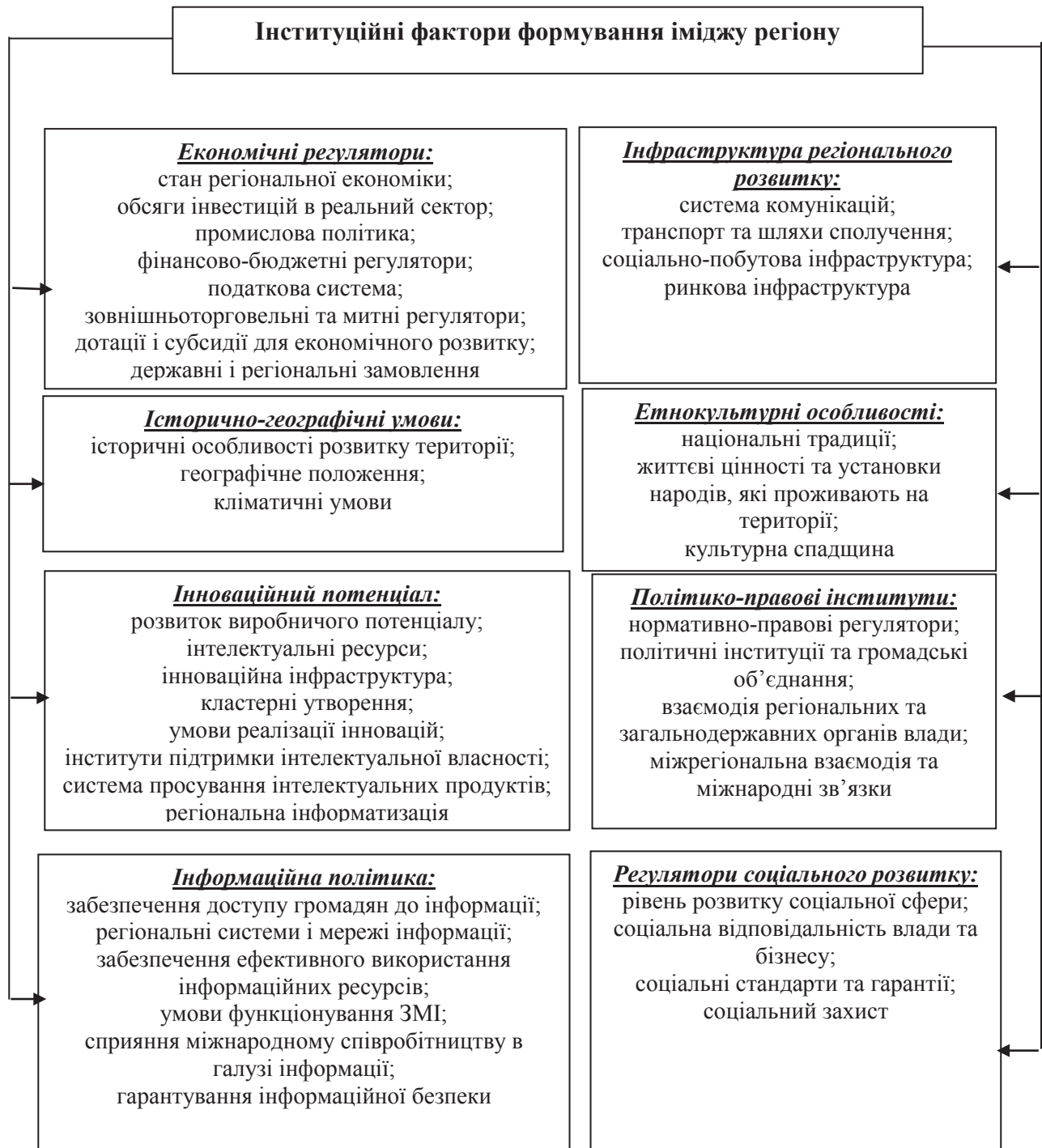


Рис. 1. Структурування інституційних факторів формування іміджу регіону

активного населення, обсяги реалізації промислової продукції. Особливо слід виділити залучення капіталовкладень до реального сектору економіки, оскільки це дає можливість оцінити завантаженість виробничих потужностей, випуск та реалізацію продукції регіону, а отже, продуктивність економіки.

Однак це об'єктивні умови, які склались під впливом загальноекономічної ситуації в країні та рівня розвитку продуктивних сил в регіоні. На імідж регіону впливають і дії регіональної та загальнодержавної влади щодо стабілізації економічної ситуації та сприяння розвитку бізнес-активності. Це і податкова система, яка через ефективні податкові стимули має сприяти підприємництву, і фінансово-бюджетні регулятори (зокрема, механізми розподілу бюджетних ресурсів, фінансова децентралізація, встановлення облікової ставки, грошово-кредитні механізми), і дієві регулятори зовнішньоекономічної діяльності, що активізують міжрегіональне та міжнародне співробітництво (режими сприяння міжнародної торгівлі, вільні економічні зони, спрощення митних процедур тощо).

Промислова політика держави реалізується в конкретних регіонах, де зосереджено виробничі потужності, тому її ефективність має значення для розвитку економіки регіону. Вона виявляється у сприянні модернізації виробництва та розвитку ресурсозберігаючих технологій, державному регулюванні цін на продукцію промислового виробництва, поширенні прискореної амортизації, прямому державному управлінні галузями, що перебувають у державній власності, ефективному контролю за діяльністю суб'єктів природних монополій, державній підтримці міжгалузевих кооперацій.

Держава впливає як через прямі інструменти (державні замовлення для підприємств регіону, дотації та субвенції як окремим галузям економіки, так і окремим територіям), так і опосередковано, створюючи сприятливі умови для поширення ділової активності, розробляючи і реалізуючи спільно з приватними інвесторами проекти в пріоритетних для держави і регіону сферах, впроваджуючи ефективні програми регіонального розвитку. Від кількості та якості виконання таких проектів і програм, від залучення держави як самостійного і рівного поряд з іншими агента господарювання залежить сприйняття регіону як привабливого для капіталовкладень, а також з'являється впевненість населення у сталому регіональному розвитку, отже, формується позитивний імідж регіону як перспективного для бізнесу та сприятливого для реалізації людського потенціалу.

Однак не тільки економічні можливості формують позитивне ставлення населення до території, на якій воно проживає, але й високі соціальні стандарти та дотримання соціальних гарантій як владою регіону, так і бізнесом. Це передбачає

систему заходів щодо реалізації встановлених державою соціальних нормативів забезпечення благами та послугами, ефективного споживання та необхідних для реалізації потреб доходу, а також гарантій соціальної допомоги. Регіональна влада повинна не тільки забезпечувати реалізацію соціальних стандартів та гарантій, але й розробляти пріоритетні напрями їх розвитку в умовах конкретного регіону, сприяти збільшенню не тільки рівня, але й якості життя населення, вищого за середні показники по країні. Бізнес теж має не тільки дотримуватись соціальних гарантій, зокрема встановлених законом мінімальних розмірів оплати праці, але й прагнути до їх збільшення, бо це мотивує працівників до більш продуктивної праці, сприяє їх інтелектуальному розвитку та підвищенню кваліфікації.

Соціальна відповідальність бізнесу полягає в активній соціальній позиції, прагненні до гармонійного співіснування, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. Під її впливом формується ділова репутація, яка перетворюється на нематеріальний актив бізнесу, а чим більше компаній з високою соціальною довірою в регіоні, тим привабливіше його імідж.

Соціальна відповідальність влади реалізується через соціальну підтримку незахищених верств населення та через доступність до соціальних благ та послуг завдяки розгалуженій системі закладів соціальної сфери, а саме закладів освіти, культури, охорони здоров'я, фізичної культури, громадського харчування та побутового обслуговування, які забезпечуються на високому рівні. Ці компоненти разом з високими доходами втілюють прагнення до високої якості життя в регіоні, а отже, безпосередньо впливають на задоволеність населення умовами проживання.

Сталі економічні відносини та поступовий соціальний розвиток неможливі без інфраструктурної підтримки. Вагома роль транспорту, оскільки саме він є важливим чинником формування територіальної структури господарства регіону, може прискорювати або ж затримувати процес територіальної концентрації промислових підприємств у певних господарських центрах, забезпечувати нормальне функціонування різних елементів їх територіальної організації в промислових комплексах. Транспорт бере участь у створенні продукції та доставці її споживачам, підтримує зв'язок між контрагентами, між галузями, регіонами. Важлива роль транспорту і в забезпеченні комфорту життя населення, оскільки саме він забезпечує особисту мобільність та можливості комунікацій.

Вплив транспортного чинника залежить від рівня розвитку транспортної системи, яка представлена різними видами транспорту та шляхами сполучення. Чим розгалуженіше транспортна

мережа, чим більше функціонує сучасних транспортних засобів, чим ефективніше система шляхів сполучення, тим сприятливіше транспортне положення будь-якого об'єкта території (міста, промислового підприємства тощо).

Система комунікацій регіону реалізує можливість обміну інформацією між бізнесом, владою, громадськістю через електронні мережі, системи телекомунікацій, поштовий зв'язок. Інформаційні ресурси, накопичені в бібліотеках, архівах, електронних базах даних, статистичних установах, дають можливість бізнесу оцінити ситуацію на ринку, завдяки ним населення формує уявлення про те, що відбувається в усіх сферах життєдіяльності регіону, про дії влади і бізнесу, а органи влади – про соціальні та економічні процеси в регіоні.

Соціально-побутова інфраструктура спрямована на створення умов для відтворення людини як біологічної істоти, задоволення її потреб у належних умовах життя. У складі соціально-побутової інфраструктури розрізняють такі компоненти, як житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування населення, торгівля та громадське харчування, пасажирський транспорт і зв'язок для обслуговування населення.

Ринкова інфраструктура забезпечує ефективне функціонування ринку. Це товарно-посередницькі організації (оптова і роздрібна торгівля, складські комплекси, торговельні будинки, біржі, виставкова діяльність, ярмарки тощо), сервісні установи (сервісні центри, лізингові фірми, агентства нерухомості, трансекспедиційні фірми), інформаційна підтримка ринку (інформаційно-аналітичні центри, рекламні агентства, консалтингові та аудиторські фірми, центри та інші формування маркетингового, інноваційного та інших видів обслуговування), фінансові інститути (система банківських та інших кредитних організацій комерційного обслуговування, емісійні банки і синдикати, система банків розвитку, пайові інвестиційні фонди, страхові компанії, товариства взаємного страхування, фонди венчурного капіталу тощо), транспортне забезпечення ринків (всі види транспорту, що здійснюють доставку товарів на ринки та їх кінцевим споживачам).

Розгалужена інфраструктура, ефективні економічні регулятори, розвинена соціальна сфера створюють сприятливі умови для формування та реалізації інноваційного потенціалу, тобто здатності робити нову, наукоємну продукцію, що відповідає вимогам ринку (особливо світового) і містить у собі виробничі потужності, інтелектуальні ресурси (накопичені знання, професійний і науково-технічний склад персоналу), потужності наукової та експериментальної бази, пов'язаної з підготовкою нового виробництва, інструмент і оснащення для проведення наукоємних операцій, можливості впровадження нововведень і

його контролю. Останній компонент виявляється у створенні умов реалізації інновацій, дієвих інститутів підтримки інтелектуальної власності, системі просування інтелектуальних продуктів.

Особливої уваги заслуговують кластери як форма науково-промислової організації, мереж високопродуктивних, високоспеціалізованих, тісно взаємозв'язаних економічних суб'єктів приватного сектору та наукових інституцій, чия діяльність спрямована на принципово нові види продукції, нові підходи у виробництві та управлінні, новації у сфері обслуговування тощо. Кластери як прогресивна форма співпраці науки та бізнесу впливають на суспільну думку, оскільки учасники кластерних утворень генерують креативні ідеї, демонструють значну підприємницьку активність, сповідують цінності інноваційного розвитку.

Кластери функціонують в межах певних територій, і ті традиції ведення бізнесу, що сформовані на регіональному рівні, обов'язково впливають на культуру інноваційного розвитку. Є і зворотній зв'язок, адже інноваційні утворення формують традиції креативного мислення, творчого підходу до ведення бізнесу, розвитку інтелектуального потенціалу. Так створюється прогресивний образ – імідж регіону [10]. Інформатизація як широкомасштабне використання інформаційних технологій підсилює ці процеси.

Перелічені вище фактори характеризують регіон в сучасних умовах, однак імідж формується і під впливом минулого, адже історичні особливості, традиції, ментальні цінності впливають не менше, ніж виклики сьогодення. Під впливом етнокультурних факторів формується уявлення про цінності життя, про відношення до свого рідного краю, про ставлення до інших регіонів та держав. Через призму сформованих цінностей сприймаються розвиток території, інноваційні процеси, дії влади та бізнесу. Етнокультурні особливості є інструментом капіталізації території, нематеріальним ресурсом для формування конкурентоспроможного іміджу на глобальній арені, драйвером інтеграційних процесів.

Територіальна індивідуальність, виражена в кліматичних особливостях, природних ресурсах, унікальному географічному положенні, історії, культурній спадщини, є не менш важливим компонентом іміджу, ніж соціальні чи економічні умови, оскільки разом із розвинутою інфраструктурою приваблює туристів, створюючи образ регіону на світовій арені.

Імідж регіону формується в межах певного правового поля, адже нормативні регулятори спрямовують соціально-економічні відносини, забезпечують правопорядок, стабільність та безпеку. Інституції регіональної влади реалізують політику сталого розвитку на місцях, забезпечують дотримання соціальних гарантій, реалізують взаємодію з іншими регіонами та державою.

Для іміджу регіону важливими є активний політичний процес, дієвість суспільних організацій, політичних партій. Особливими є участь територіальних громад у вирішенні найактуальніших проблем, їх залучення у прийняття рішень щодо розвитку регіону. В цьому полягає сутність політичної модернізації як кардинального оновлення механізмів влади на основі публічних і транспарентних критеріїв результативності роботи, партисипативних бюджетів та налагодження механізмів ротатії кадрів і вертикальних соціальних ліфтів. Під цим впливом формується імідж демократично розвинутого регіону з високими соціальними стандартами та активною громадською позицією.

Означені інституційні фактори безпосередньо залежать від інформаційної політики регіональних органів влади, яка полягає в забезпеченні доступу громадян до інформації про соціально-економічний стан регіону, його позиції в державі та на світовій арені, перспективи розвитку. Інформація доводиться через незалежні ЗМІ, розвинену систему інформаційних ресурсів, звітування органів влади про стан просування реформ. Регіони повинні розвиватися в єдиному інформаційному просторі держави, здійснювати співробітництво в усіх сферах, зокрема в галузі інформації, з міжнародними організаціями. Тоді реалізується концепція відкритості регіону, що є привабливим як для інвесторів, так і для туристів.

В демократичному суспільстві органи влади не можуть мати монополію на формування суспільної думки, навпаки, провідну роль відіграють засоби масової інформації. Сучасні ЗМІ активно впливають на характер політичних процесів, зокрема на формування іміджу регіонів. ЗМІ є одночасно і творцем політичних новин, і головним постановником, і виконавцем технологій формування певного іміджу держави та її регіонів у свідомості громадськості [11].

Якщо через ЗМІ надходить тільки негативна інформація або спотворюються якісь факти з життя регіону, це створює деструктивні мему та ментально «відштовхує» населення від регіону, в якому воно проживає. Тому провідна роль держави полягає в забезпеченні інформаційної безпеки та протидії негативному впливу на суспільну думку. Навпаки, позитивна пропаганда, яка не має маніпулятивної мети, сприяє соціальній гармонії, злагоді, формуванню поваги у населення до загальноприйнятих цінностей. Така пропаганда виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві, регулює відносини та поширює позитивний імідж регіону [11].

Серед провідних напрямів інформаційної безпеки можна виділити створення умов ефективного інформаційного обміну, який не шкодить його учасникам та суспільству (створення повнофункціональної інформаційної інфраструктури та забезпе-

чення захисту її елементів, запобігання наслідкам застосування інформаційних технологій, забезпечення інформаційної прозорості органів влади та самоврядування), а також безпосередній захист учасників інформаційних відносин від шкідливої та соціально небезпечної інформації, протидію кіберзлочинності, захист персональних даних.

Висновки з проведеного дослідження. Імідж регіону відіграє велику роль у його просуванні як на державному, так і на світовому рівнях. Репутація території у вітчизняних і зарубіжних суспільно-політичних і ділових колах стає основним чинником реалізації загальнодержавних і регіональних економічних, соціальних і політичних проектів, найважливішим конкурентним ресурсом для налагодження партнерських відносин.

Споживачів іміджу території можна розділити на такі три групи, як населення, бізнес, гості. Від того як ці аудиторії сприймають регіон, залежать його сталий розвиток, залучення інвестицій, інтелектуального капіталу, реалізація інноваційного потенціалу, розвиток туризму.

Побудова іміджу – це комплексний процес, на який впливають різні інституційні фактори. Це і умови, в яких існує регіон, а саме економічні, соціальні, географічні, і результати політики державних та регіональних органів влади, і стала система правових, культурних, соціальних норм, і історія регіону, і його соціальна структура, і науково-технічний потенціал тощо.

Інституційні фактори здатні спрямовувати інформаційний образ регіону в певне русло, підсилувати привабливість територій через активізацію економічних, соціальних процесів, ефективну інформаційну політику, налагоджену систему співробітництва як на загальному, так і на міжнародному рівнях.

Як перспективи подальших досліджень доречно назвати розробку алгоритму стратегічного управління іміджем території, дослідження синергетичного ефекту від дії всіх факторів формування іміджу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бурдые П. Социология социального пространства / пер. с фр.; отв. ред. пер. Н.А. Шматко. Москва: Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург: Алетейя, 2007. 288 с.
2. Лиотар Ж. Ф. Состояние постмодерна / пер. с фр. Н.А. Шматко. Москва: Институт экспериментальной социологии, 1998. Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий.
3. Фуко М. Безопасность, территория, население. Цикл лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1977–1978 годах / пер. с фр. В.Ю. Быстрова, Н.В. Сушлова, А.В. Шестакова. Санкт-Петербург, 2011.
4. Коркюф Ф. Новые социологии / пер. с фр. А.В. Шестакова. Санкт-Петербург: Алетейя, 2002.

5. Katona G. Psychological Analysis of Economic Behaviour. New York: McGraw-Hill, 1951.

6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2006. 816 с.

7. Gummesson E. The new marketing: developing long-term interactive relationships'. Long-Range Planning. 1987. № 20 (4). P. 10–20.

8. Гавра Д. Основы теории коммуникации. Стандарт третьего поколения. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. 288 с.

9. Anholt S. Cities and Regions. Palgrave Macmillan, 2007.

10. Зінченко О.А. Культура інноваційних кластерів як іміджева компонента регіонального розвитку. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: економіка і менеджмент. 2017. № 1 (22). С. 111–119.

11. Зінченко О.А. Безпековий фактор у формуванні позитивного іміджу регіону. Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колективна монографія / за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2017. С. 361–372.

ПРОФЕСІЙНИЙ І ОСОБИСТІСНИЙ РОЗВИТОК (ПРОФЕСІОНАЛІЗМ) ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

PROFESSIONAL AND PERSONAL DEVELOPMENT (PROFESSIONALISM) OF PUBLIC OFFICIALS AS ONE OF THE KEY ASPECTS OF THE STATE COMPETITIVENESS IN GLOBALIZATION PERIOD

УДК 35.08

Михальчишин Н.Л.

к. е. н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки Національний університет «Львівська політехніка»

Хім М.К.

асистент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту Національний університет «Львівська політехніка»

У статті зосереджено увагу на понятті професіоналізму державних службовців як конкурентній перевазі держави. Встановлено фактори, що впливають на розвиток професіоналізму державних службовців, його практичний аспект в умовах глобалізації. Виявлено складові професійної компетентності. Досліджено змінний характер публічного професіоналізму. Сформульовано вимоги до професіоналізму державних службовців в умовах глобалізації.

Ключові слова: професіоналізм, державна служба, державний службовець, конкурентна перевага, конкурентоспроможність держави, глобалізація.

В статье сосредоточено внимание на понятии профессионализма государственных служащих как конкурентном преимуществе государства. Установлены факторы, влияющие на развитие профессионализма государственных служащих, его практический аспект в условиях глобализации. Выявлены составляющие профессиональной

компетентности. Исследован переменный характер публичного профессионализма. Сформулированы требования к профессионализму государственных служащих в условиях глобализации.

Ключевые слова: профессионализм, государственная служба, государственный служащий, конкурентное преимущество, конкурентоспособность государства, глобализация.

The article focuses on the concept of professionalism of civil officials as a competitive advantage of the state. The factors influencing the development of professionalism of civil officials, their practical aspect under the conditions of globalization are defined. The components of professional competence are revealed. The variable character of public professionalism is studied. The requirements for professionalism of civil officials under the conditions of globalization are formulated.
Key words: professionalism, public service, civil official, competitive advantage, state competitiveness, globalization.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації соціально-економічний розвиток держави залежить від здатності держави володіти конкурентними перевагами, що забезпечить досягнення належного рівня її конкурентоспроможності у світовій економіці. Однією з таких конкурентних переваг є професійна компетентність державних службовців, прийняття рішення якими визначає ефективність формування та реалізації державної політики. У сучасній державній службі України існує потреба комплексного розуміння як змісту професійної компетентності, так і процесу її формування та розвитку. Без компетентності та багатьох інших професійних і важливих якостей неможливо сформувати професіоналізм державних службовців, отже, досягти державою якісних конкурентних переваг.

Тенденцією сучасного розвитку публічної установи чи організації є швидка змінюваність зовнішнього середовища, міжвідомча взаємодія, що вимагає відповідної змінюваності професіоналізму службовців. В разі відсутності таких змін держава несе подвійні втрати, а суспільство отримує кризу публічної служби. Так, недостатня відповідність службовців змінюваним вимогам до державної служби унеможливує досягнення ефективності публічної служби, знижує мотивацію щодо служіння державі та суспільству. Для підвищення конкурентоспроможності держави необ-

хідно формувати професійну систему державного управління, що здатна приймати владні рішення за умови комплексного та фахового підходу незалежно від сфери прийняття таких рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам професійного розвитку державних службовців приділено значну увагу у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Питання розвитку системи навчання кадрів державного управління, реформування, організації та функціонування державної служби висвітлені в працях таких українських вчених, як, зокрема, Л. Біла, Н. Гончарук, О. Мельникова, Н. Липовська, С. Дубенко, Н. Князев, зарубіжних вчених, як, наприклад, А. Маслоу, Т. Гілберт, М. Рейнольдс, М. Кьерст. При цьому професіоналізм державної служби як конкурентна перевага, за якої підвищується конкурентоспроможність держави, залишається недослідженим.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності успішної кар'єри державного службовця та визначення умов і факторів формування професійної компетентності державних службовців як однієї з конкурентних переваг держави. Для формування вимоги до професіоналізму державних службовців в умовах глобалізації необхідно дослідити вплив професіоналізму державних службовців на розвиток конкурентоспроможності держави.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Однією з конкурентних переваг держави експерти визначають національний інтелектуальний потенціал, в межах якого службовці, як і інші працівники, повинні володіти професіоналізмом, компетентністю та лідерством. В умовах глобалізації сучасні фахівці, що є носіями конкурентної переваги країни, мають володіти високою інтеркультурною компетентністю. За таких умов формулою економічного зростання стає теорія «трьох Т» («технологія – талант – толерантність»), що сприяє розвитку держави, ринку та підвищенню конкурентоспроможності країни [1].

За відсутності компетентної державної служби формується управлінська криза, в результаті якої владні рішення стають неефективними, утворюється великий регуляторний лаг, що викликає недовіру суспільства до державних структур. Відповідно, формується неефективне управління державою, що ускладнює інтеграцію держави у світове співтовариство. Чим більш інтегрованою стає економіка певної держави, тим більш тісною повинна бути взаємодія між національними та міжнародними публічними установами, що вимагає високої компетентності державних службовців. Одночасно «професіоналізм» як категорія є одним із цільових параметрів оцінки якості публічного управління. В період глобалізації професіоналізм державних службовців стає суттєвим фактором ефективності реформування системи державного управління та розвитку державної служби в Україні, задоволення суспільної потреби у кваліфікованих кадрах у сфері державного управління, розвитку інститутів індивідуальної професіоналізації, передусім професійного розвитку персоналу органів державної влади та місцевого самоврядування, що відповідає Концепції адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського Союзу [2].

Принцип професіоналізму державної служби, відповідно до ст. 4 Закону України «Про державну службу» [3], є провідною засадою організації та функціонування державної служби. Це не лише одна з основних вимог, що визначає формування та практичну діяльність персоналу, але й необхідна правова умова, без якої неможливе отримання права на займання певних посад. Так, професіоналізм – це компетентне, об'єктивне і неупереджене виконання посадових обов'язків, постійне підвищення державним службовцем рівня своєї професійної компетентності, вільне володіння державною мовою, а за потреби й регіональною мовою або мовою національних меншин, визначеною відповідно до закону, відкритість до набуття нового досвіду [4, с. 370].

Окремим блоком для оцінки ділових і професійних рис державних службовців має бути аналіз специфічної професійної компетентності

державного службовця, основними складовими якої є політична, юридична, економічна, соціальна та управлінська компетентність [5]. В разі володіння політичною компетентністю та моральною легітимністю державний службовець розуміє сутність суспільних функцій та організаційну структуру сучасної держави, принципи та форми демократії, характер взаємодії між різними гілками влади, роль політичних партій в житті суспільства. Під час базової професійної підготовки у сфері права та професійного їх застосування формується правова (юридична) компетентність державних службовців. При цьому будь-яке владне рішення, попри відповідність правовим нормам, має сприяти досягненню економічної ефективності, в межах чого формується економічна компетентність, що диференціюється залежно від спеціалізації державних службовців та передбачає здатність застосовувати порівняльний аналіз основних економічних концепцій. У зв'язку з тим, що державний службовець служить суспільству, він обов'язково має бути наділений соціологічною компетентністю, пов'язаною з усвідомленням концепції соціальної структури сучасного суспільства, її динаміки та впливу на політичні та соціально-економічні процеси. У своїй діяльності державні службовці безпосередньо взаємодіють із суспільством, відповідно, вони повинні володіти здатністю формувати ефективні комунікаційні зв'язки, уникати конфліктного спілкування, здійснювати пошук індивідуального підходу з урахуванням особистісних інтересів, намірів та мотивів окремих членів суспільства, чому сприяє психолого-педагогічна компетентність. З урахуванням системи державної служби окремі державні службовці, що належать до керуючої управлінської системи, повинні володіти управлінською компетентністю, що включає знання методів управління, ціннісно-орієнтаційне регулювання, комплексне управління трудовою мотивацією, розвиток творчого потенціалу тощо [6].

З розвитком суспільства, економічної системи та держави загалом ускладнюються взаємозв'язки в державному управлінні, що вимагає посилення усіх складових професійної компетентності. Така залежність зумовлює динамізм професійної компетентності та потребу в самовдосконаленні та самонавчанні державних службовців. Так, О. Окіс визначає професіоналізм державних службовців як досконале знання своєї справи і найбільш конструктивне здійснення своєї службової діяльності. Високий професіоналізм державних службовців можна розглядати як інтегровану категорію, якісний розмір здібностей, які реалізуються на практиці, що дає змогу ефективно здійснювати покладені на них функції та завдання [7, с. 195–204].

Професіоналізм у публічній службі зумовлює досягнення особистісного успіху, що залежить від

таких факторів, як випадок, який дав людині шанс; реальний підхід до вибору; можливості, що створюються в сім'ї (освіта, зв'язки); знання своїх сильних і слабких сторін; чітке планування кар'єри; самоуправління кар'єрою. Відповідно до японської системи менеджменту в управлінні може застосовуватись такий підхід, як кайдзен, що передбачає еволюційні позитивні зміни в певному процесі. Цей підхід може бути застосований і до державних службовців, що забезпечить самовдосконалення службовця через професійну підготовку, самоосвіту, підвищення кваліфікації [8].

Деякі дослідники визначають суперечливі тенденції в інституті професіоналізму, що виникають в умовах глобального соціально-інституційного простору. Однією з таких тенденцій є династійний підхід, за якого справи передаються з рук в руки по родинній лінії, а також не враховуються жодні професійні якості [9]. З впровадженням конкурсного підходу до відбору на посаду державних службовців підтримувати тенденцію династійності досить складно. При цьому династійність може мати і позитивний вплив в разі формування в родинному колі свідомості служіння суспільству та державі.

Не менш важливим у розвитку професіоналізму є мотиваційна складова. Так, мотивація праці може сприяти еволюційному розвитку професіоналізму та формуванню репутації державної служби [10]. Негативний вплив на зростання професіоналізму державних службовців здійснюють реформи у державній службі, що пов'язані з частотою реорганізацією публічних установ та організацій. За таких умов державні службовці не мають впевненості в майбутньому місці праці, відповідно, не здійснюють самоосвіту та не підвищують професійну кваліфікацію. Однією з перешкод в професійному зростанні за такої мінливості є й те, що професійні вимоги прямо залежать від завдань та функцій державного органу, де здійснює діяльність державний службовець, а також те, що не допускається цілковита конкуренція державних службовців з різних державних органів з огляду на об'єкти управління, що також обмежене вимогою наявності досвіду роботи в конкретних державних органах [11].

Професійна компетентність державних службовців як одна з конкурентних переваг держави виникатиме в разі наявності таких передумов, як наявність системи безперервного навчання для державних службовців усіх категорій з урахуванням професійного росту; удосконалення механізмів незалежної атестації державних службовців щодо їх компетентностей та рівня професіоналізму; доступність державних службовців різних рівнів до закордонної практичної підготовки, стажування у відповідних державних органах, навчання тощо; приведення у відповідність освітніх стандартів до практичних вимог з підготовки

державних службовців, відкриття нових сучасних спеціалізацій, впровадження інноваційних форм у систему підготовки, підвищення кваліфікації державних службовців з урахуванням інноваційних методів активізації навчального процесу.

В умовах глобалізації компетентні державні службовці сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності держави через налагодження співробітництва національних та міжнародних публічних установ з метою розширення сприяння економічному розвитку держави; організацію інформаційного обміну між основними державними та приватними центрами прийняття рішень, що зумовить скорочення регуляторного лагу, який виникає між моментом появи проблеми та моментом реалізації регуляторних засобів, спрямованих на її усунення; встановлення пріоритетів та завдань у сфері зовнішньої політики, що зумовить активізацію участі України у світовому поділі праці та капіталу; використання засобів регуляторного впливу на суб'єктів господарських відносин з метою збереження національної, зокрема економічної, безпеки держави; розуміння економічних засад розвитку держави, що залежить від ефективності суб'єктів господарювання та регіонального розвитку, з урахуванням чого формуватимуться ефективні державні та регіональні програми сталого розвитку; забезпечення захисту інтересів іноземних інвесторів з метою сприяння залученню надходження іноземного капіталу в Україну та запобігання витоку продуктивних сил з України.

Висновки з проведеного дослідження. Глобалізація є процесом, який супроводжує економічний і соціальний розвиток суспільства та вимагає готовності системи публічного управління до інтеграційних процесів, міжнародної взаємодії та співробітництва. З цієї метою необхідно забезпечити умови для розвитку якостей, здібностей державного службовця як всередині держави, так і поза її межами. Щодо вимог до державних службовців в умовах глобалізації, то в результаті дослідження запропоновано такі: ініціативність, розуміння природи основних суспільних функцій та організаційної структури сучасної держави, оперативний аналіз політичного, економічного та ділового середовища, новаторський підхід до прийняття управлінських рішень, вміння прогнозувати наслідки прийняття таких рішень відповідно до сучасних глобалізаційних викликів, що потребує подальшого дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хмельницька І. Національний інтелектуальний потенціал – конкурентна перевага країни. Урядовий кур'єр. 2017. URL: ukurier.gov.ua/uk/articles/nacionalnij-intelektualnij-potencial-konkurentna-p.
2. Про Концепцію адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського

Союзу: Указ Президента України від 5 березня 2004 року № 278/2004. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/278/2004>.

3. Про державну службу: Закон України від 15 листопада 2017 року № 889-19. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.

4. Енциклопедія державного управління: у 8 т. Київ: Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, 2011. Т. 6: Державна служба / наук.-ред. колегія: С. Серьогін (співголова), В. Сороко (співголова) та ін. 524 с.

5. Волик В. Компетентності державних службовців України: наукові підходи до класифікації. Державне управління та місцеве самоврядування. 2012. Вип. 3(14). С. 205–214 URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_03\(14\)/12vvsnpk.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_03(14)/12vvsnpk.pdf).

6. Серьогіна Н. Моделювання професіоналізму державних службовців на засадах компетентнісного підходу. Теорія та практика державного управління. 2013 Вип. 3 (42). URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013-3/doc/4/02.pdf>.

7. Окіс О. Проблеми професійного розвитку державних службовців. Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. № 1 (35). Харків: вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2009. С. 195–204.

8. Воронько Л. Успішна кар'єра державного службовця: сутність, умови та фактори побудови. URL: academy.gov.ua/ej/ej17/PDF/23.pdf.

9. Корнівська В., Яременко В. Криза професіоналізму та інформаційна криза в глобальному соціоінституційному просторі. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Usoc_2011_4_10.pdf.

10. Михальчишин Н., Тревого О. Суспільні вимоги до публічного управління в умовах становлення ринкової економіки. Публічне управління та адміністрування: розвиток і впровадження: матеріали наук.-практ. конф. молодих учених за міжнар. участю (Київ, 17 листопада 2016 року) / за наук. ред. В. Куйбіди, А. Савкова, С. Хаджирадевої, О. Оболенського. Київ: НАДУ, 2016. С. 253–255.

11. Михальчишин Н. Конкурентні державні службовці в публічному управлінні та адмініструванні. Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18–19 травня 2017 року). Львів: видавництво Львівської політехніки, 2017. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). С. 522.

СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО РЕГІОНАЛІЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

FORMATION OF A NEW REGIONALISM IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION

У статті проаналізовано засади становлення нового регіоналізму в умовах глобалізації. Розглянуто сутність глобалізаційних процесів. Розмежовано поняття «глобалізація» та «інтернаціоналізація». Визначено основні характерні ознаки глобалізації, причини та ознаки становлення нового регіоналізму. З'ясовано, що становлення нового регіоналізму в умовах модернізації економіки в контексті євроінтеграції України, що базується на децентралізації державних владних повноважень, сприятиме досягненню конкурентних переваг на європейському та світовому ринках.

Ключові слова: глобалізація, новий регіоналізм, інтернаціоналізація, регіоналізація, регіональний розвиток.

В статті проаналізовані принципи становлення нового регіоналізму в умовах глобалізації. Рассмотрена сущность глобализационных процессов. Разграничены понятия «глобализация» и «интернационализация». Определены основные харак-

терные признаки глобализации, причины и признаки становления нового регионализма. Выяснено, что становление нового регионализма в условиях модернизации экономики в контексте евроинтеграции Украины, основанное на децентрализации государственных властных полномочий, будет способствовать достижению конкурентных преимуществ на европейском и мировом рынках.

Ключевые слова: глобализация, новый регионализм, интернационализация, регионализация, региональное развитие.

The article analyzes the principles of a new regionalism formation in the conditions of globalization. The essence of globalization processes is considered. The concept of «globalization» and «internationalization» are distinguished. The main characteristic features of globalization causes and signs of a new regionalism formation are determined.

Key words: globalization, new regionalism, internationalization, regionalization, regional development.

УДК 330:332

Тулчинський Р.В.

к.е.н., доцент,
завідувач кафедри менеджменту
і публічного адміністрування
Міжнародний науково-технічний
університет імені академіка Юрія Бугая

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки відбуваються глибокі зміни в усій системі міжнародних відносин. На початку XXI ст. інтернаціоналізація господарської діяльності набула якостей, які дають змогу говорити про її перехід на новий рівень – стадію економічної глобалізації. Підтвердженням цього є те, що даний процес охопив майже увесь світ, набувши по-справжньому глобальних масштабів та зумовивши істотні зміни у самій структурі світового господарства. Економічна глобалізація зумовлює передусім зростаючу взаємозалежність економік різних країн унаслідок інтенсифікації транскордонних переміщень робочої сили, товарів, послуг і капіталу, а також зростаючих обсягів обміну інформацією і технологіями.

Проблеми, що об'єднуються поняттям «глобалізація», впродовж останнього часу і, без сумніву, ще впродовж найближчого, а то й кількох наступних десятиліть, будуть дискусійними у середовищі науковців різних країн. Здебільшого глобалізація уявлялася як новий феномен економічної, соціальної, наукової і культурної сфер, як засіб повсюдного поширення західних цінностей та інструмент формування загальносвітового співтовариства, запорука швидкого освоєння у всьому світі науково-технічних досягнень і залучення периферійних регіонів до світового господарства.

Своєю чергою, процеси економічної глобалізації зумовили виникнення парадигми нового регіоналізму як базису формування державної регіональної політики. Інституціональні та управлінські детермінанти становлення нового регіоналізму є надзвичайно актуальними, а їх з'ясування – своє-

часним для України в умовах модернізації економіки в контексті євроінтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Актуальність дослідження принципів реорганізації та особливостей розвитку територіального простору, розроблення моделей ефективної регіональної політики в умовах глобалізації підтверджується роботами вітчизняних учених, серед яких необхідно відзначити: О. Білоруса, М. Бутко, Я. Верменич, А. Гальчинського, М. Згуровського, Т. Кальченка, Л. Лабенську, Д. Лук'яненка, П. Любченко, Ю. Макогона, С. Макухи, О. Молодцова, Н. Нижник, Ю. Пахомова, М. Пітцик, О. Радченко, В. Рубцова, В. Савчука, С. Саханенко, А. Скаленко, Т. Тарасенко, А. Філіпенка та ін.

Але становлення нового регіоналізму у контексті європейського досвіду в умовах глобалізації досліджено недостатньо та потребує розроблення заходів щодо підвищення ефективності регіональної політики.

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування засад становлення нового регіоналізму в умовах глобалізації. Для досягнення поставленої мети було вирішено наступні завдання: з'ясовано сутність глобалізаційних процесів; розмежовано поняття «глобалізація» та «інтернаціоналізація»; визначено основні характерні ознаки глобалізації, причини та ознаки становлення нового регіоналізму.

Вклад основного матеріалу дослідження.

Донині відсутній конструктивний діалог між групами прибічників і критиків глобалізації з приводу причин її виникнення, рушійних сил, можливостей та наслідків. Критики вважають, що внаслі-

док включення нерівномірно розвинутих економік у процес глобалізації, нерівність та нестабільність міжнародної системи зростатимуть, а прибічники вбачають у протекціоністських заходах лише залишки старого порядку, що можуть бути швидко подолані у процесі глобалізації.

Але причина цих розходжень, на нашу думку, в іншому. По-перше, процеси глобалізації ще не набули завершених форм, постійно еволюціонують, змінюють акценти, набуваючи нової рельєфності та рівня складності. По-друге, визначення реальної глибини, параметрів, векторів глобалізації, що формують дефінітивні підходи, залишається проблематичним, оскільки часто поняття глобалізації політизується, що також не сприяє з'ясуванню його реальної суті.

Більшість учених не заперечує того, що глобалізація означає взаємозв'язки й взаємозалежність економік країн на рівні всього світового співтовариства у планетарному масштабі [5, с. 397]. Однак зміст процесів глобалізації, її складові елементи трактуються по-різному, висловлюються суперечливі оцінки їх сутності.

Твердження про глобалізацію як об'єктивний історичний поступ розвитку світогосподарських відносин можна вважати правомірним щодо таких об'єктивних факторів, як інтернаціоналізація та міжнародний розподіл праці, які дійсно існували давно, а тепер одержали нові істотні імпульси, а також нову матеріальну основу у вигляді інформаційних технологій та нових комунікацій. Специфіка відношень між учасниками процесів глобалізації визначається провідними економічно розвинутими країнами, політикою лібералізації, наданням свободи руху практично всім чинникам виробництва.

Ґрунтовне дослідження глобалізації як цілеспрямованого і планомірного процесу й як самокерованого явища здійснене у праці Т. Кальченка [3]. Автор аналізує різні школи сучасної глобалістики, які характеризуються різноплановістю, специфічним дослідницьким інструментарієм та глибиною теоретизування і формулює власний аналіз принципів проблем вимірів глобальних трансформацій, що відбуваються у світі.

Висловлюючи власну точку зору щодо історичного періоду виникнення глобалізаційних процесів, взаємодії та взаємовпливу інтеграційних факторів, Т. Кальченко вибудовує понятійний ряд «інтернаціоналізація – регіоналізація – єдиний і цілісний світ – глобалізація», який проходить між схожими, але методологічно різними поняттями. Інтернаціоналізація є історико-еволюційною підготовкою глобалізації, в операційному сенсі – прямим і безпосередньо попереднім процесом останньої [3, с. 18–19], адже головною функцією інтернаціоналізації було й є забезпечення стійких міжнародних зв'язків у світовій економічній системі.

Принциповою відмінністю глобалізації від інтернаціоналізації є нівелювання національних кордонів, ослаблення підґрунтя національного суверенітету в процесі формування глобальної спільності, тому глобалізацію потрібно розглядати як наслідок об'єктивного процесу поглиблення міжнародного поділу праці та посилення інтернаціоналізації виробництва, втілення вимог сучасної науково-технічної революції, прогресу продуктивних сил і нових можливостей його використання в інтересах розвитку національних економік.

Залучення національних господарств до світової економічної системи відбувається паралельно з іншим процесом – формуванням інтеграційних об'єднань країн, який називають регіоналізацією світової економіки. Зрощування окремих національних господарств у єдиний економічний організм, з одного боку, стимулює процес глобалізації, а з іншого – сприяє певному відокремленню регіональних господарських об'єднань від формування цілісної системи світової економіки. Отже, актуальною дослідницькою проблемою стає з'ясування співвідношення регіоналізації та глобалізації як комплементарних альтернативних процесів сучасності. Зв'язки на глобальному рівні не змінюють, а лише доповнюють регіональне та двостороннє співробітництво, тому багато держав прагнуть інтегруватися саме в регіональні економічні організації.

Країни, що входять до інтеграційних об'єднань, і ті, що до них не належать, по-різному беруть участь у міжнародному поділі праці, здійсненні господарської, у тому числі й зовнішньоекономічної, діяльності. Причому якщо в минулому внутрішньоекономічні відносини були первинними, а міжнародні – вторинними, то в сучасних умовах вони постійно міняються місцями, національні фактори значною мірою витісняються інтернаціональними, які розглядаються ліберальною економічною ідеологією як загальнолюдські цінності [1, с. 23].

Вітчизняні та зарубіжні дослідники слушно наголошують, що характерні риси світового господарства, яке глобалізується, визначаються все ж таки внутрішнім станом національних економік та змінами, що відбуваються в них. Разом із тим, сказане не означає недооцінку впливу зовнішніх економічних зв'язків, які здійснюються на основі міжнародних правил та справляють винятково важливий вплив на розвиток національних господарських комплексів [4, с. 147].

Підсумовуючи численні думки дослідників різних наукових шкіл щодо характерних рис глобалізації, серед них передусім можна виділити такі її характерні ознаки:

- зростаючу взаємозалежність і взаємопов'язаність країн і народів у різних сферах людської життєдіяльності, що в перспективі має при-

звести до утворення планетарного співтовариства людей, формування цілісного світу;

- становлення світового фінансово-економічного простору, ринку планетарного масштабу, злиття окремих економік у глобальну систему із загальними для всіх правилами для попередження та запобігання валютно-фінансовим кризам;

- інформаційну революцію, наслідком якої стало створення світової мережі спілкування на базі новітніх комп'ютерних і медіатехнологій, глобального телебачення, Інтернету;

- універсалізацію світу, розповсюдження системи ліберально-демократичних і соціокультурних цінностей, накопичених євроатлантичною цивілізацією;

- поширення ідеології та політики глобалізму, прагнення використати об'єктивні процеси в суб'єктивних цілях заради формування нового світопорядку на принципах уніполярності.

Наведений перелік тенденцій глобалізаційних процесів в економічній сфері свідчить, що глобалізація знаходиться на початковій стадії свого розвитку, за якою настануть інші етапи вищого ступеня інтеграції світового господарства.

Кінцевою метою глобалізації й основною тенденцією її розвитку вважається формування внутрішнього єдиного світу, цивілізації нового типу, тобто якісної зміни домінуючих суспільних відносин. Істотним складником методологічного підходу до розуміння глобалізаційних процесів є з'ясування їх суперечливості, відокремлення сутнісних протиріч, іманентно властивих глобальним тенденціям, від тих, що можуть бути результатом політики та різної реакції на них із боку суб'єктів світу, що глобалізується. Тому необхідно розглянути кожен глобальну тенденцію у плані впливу на неї усіх факторів, контртенденцій та протиріч у світлі різних теоретичних установок – від ліберальних до консервативних.

Серйозною загрозою для світового розвитку є глобальні проблеми сучасності, які на відміну від локальних та регіональних стосуються усього людства, зокрема: проблеми збереження миру; забезпечення екологічної рівноваги природи і суспільства; подолання розриву соціально-економічного розвитку країн; контролю над демографічними процесами; забезпечення глобальної енергетичної безпеки; боротьби з міжнародним тероризмом і транснаціональним криміналітетом тощо.

Глобалізація створює умови розвитку, що зумовлюють взаємодію спільнот, яка не визначається межами держави. Наприкінці минулого століття глобалізаційні виклики призвели до поширення на теренах Західної Європи концепції регіонального зростання, що передбачає обмеження державного втручання в процес регулювання регіонального розвитку. Це стало поштовхом до запо-

чаткування нової парадигми регіонального розвитку, в основу якої покладено інтереси регіонів та відповідальність за дотримання яких покладається на місцеві органи влади за умов надання їм максимальної самостійності.

Основні принципи становлення нового регіоналізму відображаються у прийнятій Асамблеєю Європейських регіонів 4 грудня 1996 р. Декларації щодо регіоналізму, що полягає у розширенні й посиленні повноважень та окресленні напрямів розвитку регіонів з основними завданнями та положеннями щодо політики підтримання регіоналізму [2].

Під впливом глобалізаційних процесів в європейських країнах формується нова інституціональна практика в межах окремих держав, новий регіоналізм, що має певні спільні тенденції, а саме:

- зменшення впливу держав та адміністративного ресурсу на регулювання економічних процесів у регіонах та створення нових зон регіонального впливу;

- формування нових інформаційних зв'язків та взаємодії суб'єктів регіонів через взаємодію не на державному, а на регіональному горизонтальному рівні, що в умовах глобалізаційних процесів сприяє входженню регіонів у світові структурні процеси;

- регіональна взаємодія як у межах окремих країн, так і поза нею, що зумовлена економічною доцільністю, а не адміністративними ресурсами;

- створення інтернаціонального комунікаційного середовища з креативними суспільними та управлінськими практиками тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Варто зауважити, що осмислення процесів становлення нового регіоналізму здійснюється не тільки в економічному, а й в історичному, філософському, політичному, соціальному, культурному, психологічному та інших аспектах. Лише один цей факт є свідченням складності та багатовимірності феномену становлення нового регіоналізму, розуміння якого вимагає як диференціації, так і синтезу результатів наукових досліджень, виокремлення загального й особливого, поєднання широкого світоглядного та вузькоспеціалізованого підходів. Теорія нового регіоналізму виникла під впливом процесів глобалізації та зумовлена прагненнями до модернізації економіки.

Глобалізація як об'єктивно зумовлений етап у житті людства характеризується зростанням взаємозалежності та взаємодії країн і народів, формуванням загальносвітового інформаційного та економічного простору, технічною революцією, перетворенням знань у базовий елемент суспільного багатства, кардинальними зрушеннями в усіх сферах життєдіяльності людства.

Отже, становлення нового регіоналізму в умовах модернізації економіки в контексті євроінтеграції України, що базується на децентралізації

державних владних повноважень та формуванні засад поліцентричності прийняття управлінських рішень, сприятиме модернізації економіки в країні та досягненню конкурентних переваг на європейському та світовому ринках.

Подальшого дослідження вимагає обґрунтування інституціональних та управлінських детермінант щодо становлення нового регіоналізму в Україні в умовах глобалізаційних викликів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутко М.П. Архітектоніка конкурентоспроможності регіонів України в контексті євроінтеграції: монографія. К.: АМУ, 2016. 452 с.
2. Декларація щодо регіоналізму в Європі. Асамблея Європейських Регіонів від 4 грудня 1996 р. Управління сучасним містом. 2001. № 7–9(3).
3. Кальченко Т.В. Глобальна економіка: методологія системних досліджень: монографія. К.: КНЕУ, 2006. 248 с.
4. Кизим С.А. Вызовы западного глобализационного проекта и национальное государство: монография. Минск: Академия управления при президенте Республики Беларусь, 2008. 267 с.
5. Тульчинская С.А. Инновационные приоритеты как основа конкурентных преимуществ экономики Украины на мировом рынке в условиях глобализации. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2009. Вип. 6. С. 396–400.

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛІСОВИМ ГОСПОДАРСТВОМ УКРАЇНИ

ECONOMIC AND LEGAL ASPECTS OF FOREST GOVERNANCE IN UKRAINE

Звернено увагу на особливості економіко-правового регулювання та управління лісовим господарством України. Проаналізовано теоретико-методичні засади національної лісової політики. Визначено відмінності між національною лісовою політикою та лісовим законодавством. Обґрунтовано необхідність прийняття Закону України «Про національну лісову політику». Сформовано рекомендації щодо реалізації економіко-інституційних цілей лісової політики України.

Ключові слова: управління лісовим господарством, лісове господарство України, лісова політика, стале лісокористування, система управління лісовим господарством.

Обращено внимание на особенности экономико-правового регулирования и управления лесным хозяйством Украины. Проанализированы теоретико-методические основы национальной лесной политики. Определены различия между национальной лесной политикой и лесным законодательством.

Обоснована необходимость принятия Закона Украины «О национальной лесной политике». Сформированы рекомендации по реализации экономико-институциональных целей лесной политики Украины.

Ключевые слова: управление лесным хозяйством, лесное хозяйство Украины, лесная политика, устойчивое лесопользование, система управления лесным хозяйством.

The article is dedicated to the peculiarities of economic and legal regulation of Ukrainian forestry and forest governance. The theoretical and methodological principles of the national forest policy are analyzed. The differences between national forest policy and forest law are determined. The necessity of the adoption of the Law of Ukraine «On National Forest Policy» was substantiated. The recommendations for implementing the economic-institutional goals of Ukrainian forest policy are formulated.

Key words: forest governance, Ukrainian forestry, forest policy, sustainable forest management, forest governance system.

УДК 630*68:630*9](477)

Дубовіч І.А.

к.г.н., доцент кафедри
екологічної економіки
Національний лісотехнічний
університет України

Лесюк Г.М.

аспірант кафедри екологічної економіки
Національний лісотехнічний
університет України

Постановка проблеми. Реформування системи управління лісовим господарством України сьогодні є дискусійною проблемою, розв'язання якої вимагає виважених економіко-правових рішень з врахуванням обраного курсу розвитку держави та міжнародних зобов'язань. Неефективне управління лісовим господарством є головною перешкодою для розвитку лісового господарства і суміжних галузей економіки та призводить до втрат доходів і незайнятості населення, втрат надходжень до бюджету та ефекту від послуг лісових екосистем. Оскільки управління лісовим господарством визначається особливостями національної лісової політики та лісовим законодавством, прогалини яких призводять до лісової корупції, відсутності прозорості у прийнятті рішень, неефективності реалізації програм розвитку лісового господарства, дослідження особливостей державного регулювання та управління лісовим господарством України є актуальним.

Метою дослідження є аналіз економіко-правових аспектів управління лісовим господарством України та розроблення рекомендацій щодо інституційно-економічного реформування лісового господарства.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Питання щодо удосконалення системи управління

лісовим господарством України та економіко-правового регулювання лісокористування вивчали О.Фурдичко, С.Шершун, О.Шубалий, А.Бобко, Я.Коваль, Є.Мішенін, І.Синякевич, З.Толчанова, М.Хвесик, М.Попков та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основи управління та ведення лісового господарства України відображені у Законі України «Про охорону навколишнього природного середовища» (від 26.06.1991 р.), Лісовому кодексі України (від 21.01.1994 р.), Законі України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» (від 21.12.2010 р.), Земельному кодексі України (від 25.10.2001 р.), Указі Президента України «Про додаткові заходи щодо розвитку лісового господарства, раціонального природокористування та збереження об'єктів природно-заповідного фонд» (21.11.2017 р.), Постанові Кабінету Міністрів України «Про врегулювання питань щодо спеціального використання лісових ресурсів» (від 23.05.2007 р.), Угоді про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (від 16.09.2014) та ін. (табл. 1).

Зазначимо, що оскільки Україна підписала ряд міжнародних договорів (Ріо, 1992; Гельсінкі, 1993;

Лісабон, 1998; Варшава, 2005; Осло, 2011 та ін.), то зобов'язана впроваджувати принципи сталого ведення лісового господарства [5, с. 55].

Важливо відзначити, що земля, її надра, атмосферне повітря, водні та інші природні ресурси, які знаходяться в межах території України, природні ресурси її континентального шельфу, виключної (морської) економічної зони є об'єктами права власності Українського народу. Від імені Українського народу права власника здійснюють органи державної влади та органи місцевого самоврядування в межах, визначених Конституцією [8].

Державне регулювання та управління лісовим господарством України здійснюється шляхом формування та визначення основних напрямів державної політики у сфері лісових відносин. У Лісовому Кодексі України зазначено, що Верховна Рада України визначає засади державної політики у сфері лісових відносин (ст. 26), а Кабінет Міністрів України забезпечує реалізацію державної політики у сфері лісових відносин та розроблення і виконання загальнодержавних програм з охорони, захисту, використання та відтворення лісів (ст. 27) [2, с. 151].

Міністерство аграрної політики і продовольства України (Мінагрополітики) є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної

політики у сфері лісового та мисливського господарства [12].

Мінагрополітики зобов'язане:

- 1) визначати пріоритетні напрями та стратегію розвитку у сфері лісових відносин;
- 2) забезпечувати формування державної політики у сфері лісових відносин;
- 3) розробляти та організовувати виконання державних цільових, галузевих та інших програм охорони, захисту, використання та відтворення лісів;
- 4) забезпечувати нормативно-правове регулювання з ведення лісового господарства;
- 5) вирішувати інші питання, визначені законами України [12].

Державне агентство лісових ресурсів України (Держлісагентство) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра аграрної політики та продовольства і який реалізує державну політику у сфері лісового та мисливського господарства.

У Положенні про Державне агентство лісових ресурсів України зазначені такі основні завдання:

- 1) реалізація державної політики у сфері лісового та мисливського господарства;
- 2) внесення на розгляд Міністра аграрної політики та продовольства пропозицій щодо забезпечення формування державної політики у сфері лісового та мисливського господарства [11].

Таблиця 1

Економіко-правове регулювання управління та ведення лісового господарства України [3; 4; 6; 10; 16; 18; 19]

Джерело	Зміст
Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища»	використання лісових ресурсів, проведення нагляду (контролю) у сфері раціонального використання, відтворення і охорони лісових ресурсів (ст. 20)
Лісовий кодекс України	завдання державного регулювання та управління у сфері лісових відносин (ст. 25)
Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року»	збільшення до 2020 року площі заліснення території до 17% території держави, інституційна розбудова і посилення ефективності державного управління в природоохоронній галузі, проведення до 2015 року інформаційно-просвітницької кампанії щодо цінності екосистемних послуг на прикладі екосистем України, формування до 2015 року та подальше застосування вартісної оцінки екосистемних послуг (розділ 3, ціль 2)
Земельний кодекс України	використання земель лісогосподарського призначення (ст. 57)
Постанова КМУ «Про врегулювання питань щодо спеціального використання лісових ресурсів»	визначає умови і механізм спеціального використання лісових ресурсів – заготівлі деревини під час проведення рубок головного користування, другорядних лісових матеріалів, побічних лісових користувань та використання корисних властивостей лісів (загальні положення, п. 1)
Указ Президента України «Про додаткові заходи щодо розвитку лісового господарства, раціонального природокористування та збереження об'єктів природно-заповідного фонду»	впровадження нових механізмів державного управління у сфері лісового господарства, у тому числі розмежування повноважень щодо здійснення державного контролю та господарювання (п. 2, г)
Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони	торгівля лісовою продукцією (ст. 294)

Міністерство екології і природних ресурсів забезпечує формування державної політики у сфері охорони, захисту, використання та відтворення лісів як складової частини державної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища та здійснює державне управління і регулювання у сфері охорони, захисту, використання та відтворення лісів як складової частини заходів з охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення та охорони природних ресурсів [13].

Державна екологічна інспекція України є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра екології та природних ресурсів і який реалізує державну політику із здійсненням державного нагляду (контролю) у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення і охорони природних ресурсів, в тому числі лісових ресурсів [15].

Відповідно до Лісового кодексу України (ст. 30-32) обласні, міські, районні державні ради забезпечують реалізацію державної політики у сфері лісових відносин та виконання загальнодержавних і державних програм з охорони, захисту, використання й відтворення лісів і затверджують регіональні програми з цих питань, встановлюють порядок використання коштів, що виділяються з відповідного місцевого бюджету на ведення лісового господарства тощо [10].

Ведення лісового господарства на місцевому рівні здійснюють державні підприємства, які входять до сфери управління Державного агентства лісових ресурсів України та координуються його відповідним територіальним органом. Основними завданнями управлінь є: надання адміністративних послуг у сфері лісового господарства, видача спеціальних дозволів на заготівлю деревини в порядку рубок головного користування, здійснення державного контролю за додержанням норм, правил та інших нормативно-правових актів з ведення лісового господарства, організація збору інформації для ведення лісовпорядкування обліку лісів, державного лісового кадастру та державного кадастру мисливських тварин, що перебувають на території України, планово-фінансова робота в управлінні, здійснення контролю за використанням фінансових і матеріальних ресурсів, забезпечення організації та вдосконалення бухгалтерського обліку в установленому законодавством порядку та ін. [14].

З аналізу нормативно-правових актів України випливає, що засади державної політики у сфері лісових відносин визначає Верховна Рада України. Зауважимо, що в наш час немає закону, який відображає довгострокове бачення та цілі лісової політики України, натомість є сформована сис-

тема лісового законодавства. Холістичний підхід до реформування системи управління лісовим господарством зобов'язує окреслити відмінності між лісовою політикою і системою лісового законодавства.

Національна лісова політика – це прийнятий державними органами влади документ, складений на основі угоди, досягнутої в результаті переговорного процесу між зацікавленими сторонами щодо визначення бачення, цілей і принципів ведення лісового господарства. Національна лісова політика є вираженням офіційної державної позиції щодо цілей і завдань розвитку та управління лісового господарства з врахуванням пріоритетів національної соціальної, економічної та екологічної політики. За даними Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО), 143 держави світу мають законодавчо закріплену лісову політику [22, с.1].

Розроблення лісової політики є ітераційним та циклічним процесом, що включає визначення пріоритетів політики та формулювання довгострокового бачення розвитку галузі, визначення механізмів реалізації (програми, плани дій, інституційні та фінансові механізми), впровадження політики, моніторинг виконання політики, огляд та коригування політики, визначення нових/зміна застосовуваних механізмів реалізації та ін. [24].

Офіційно прийнятий документ про національну лісову політику повинен включати наступне:

- передумови формування лісової політики: цінність лісів, проблеми лісового господарства, визначення ключових термінів, процес розробки і формулювання політики;
- опис концепції та принципів лісового господарства;
- розроблення тематичних напрямів, кінцевих та проміжних цілей;
- підходи до реалізації тематичних напрямів;
- визначення відповідальності та зацікавлених учасників [22, с.45].

Лісова політика складається з економічного (в тому числі фінансового), екологічного і соціального напрямів регулювання лісових відносин.

Економічний напрям лісової політики повинен враховувати специфіку лісового господарства, яка визначає дію економічних законів і категорій, які потребують особливих економічних і фінансових відносин, економічного і фінансового механізму, включаючи схеми функціонування фінансів лісового господарства і системи бухгалтерського обліку, а також спеціальної структури управління економікою і фінансами лісового господарства. Соціальний напрям лісової політики спрямований на збалансування інтересів суспільства, держави, лісокористувачів у використанні соціальних функцій лісів і надання робочих місць. Екологічний напрям лісової політики має на меті забез-

печення сприятливих умов для життя населення, збереження біологічного різноманіття лісових та інших екосистем, впровадження безвідходних технологій і створення екологічно чистих виробництв [7, с.167].

Лісове законодавство є ключовим інструментом для реалізації лісової політики. В окремих державах світу окремого документу про національну лісову політику немає, оскільки вважається, що законодавство містить положення лісової політики. Однак, основною метою законодавства є розподіл прав і відповідальності щодо використання, охорони і відтворення лісових ресурсів, а не виклад узгодженого бачення та цілей розвитку лісового господарства [22, с.10].

Лісова політика часто виділяє або конкретизує досягнення цілей або завдань за допомогою стратегій, програм та планів дій. Терміни «лісова стратегія» і «національна лісова програма» часто співставні, оскільки вказують напрям до підходу в досягненні цілей і завдань, встановлених національною лісовою політикою. «Плани дій» або «робочі плани» зазвичай більш конкретні або короткострокові (рис. 1).

Ідея розроблення та законодавчого закріплення національної лісової політики України неодноразово піднімалась науковцями, однак так і не отримала практичного втілення. Натомість проблеми лісового господарства України та шляхи їх розв'язання знаходили своє відображення у формі Концепції реформування та розвитку лісового господарства [9] та державній цільовій програмі «Ліси України» на 2010-2015 роки [1], що не відповідає проаналізованій світовій практиці розбудови ефективної системи лісової політики та лісового законодавства. Згідно з науковою метафорою економіста Роджера Фішера систему

управління лісовим господарствами можна представити у формі будинку, де стіни є інституційною базою, що формує засади використання лісових ресурсів, а дах представляє організаційну структуру, спрямовану на їх реалізацію. Розвиваючи метафору, науковець стверджує, що концентрація зусиль на встановленні формальної організації, а не на розвитку інституційної бази, нагадує побудову даху будинку, який не має стін для його підтримки [25].

Застосовуючи метафору Фішера до процесів реформування системи управління лісовим господарством, вважаємо за необхідне сконцентрувати зусилля на розробленні та прийнятті Закону України «Про національну лісову політику», який закріпить бачення і довгострокові цілі ведення лісового господарства України (рис. 2).

Враховуючи, що загально визнаний дороговказ розвитку України – Угода про асоціацію з ЄС – визначає сприяння сталому розвитку (ст. 3) та побудову громадянського суспільства [18], сьогодні лісова політика України повинна будуватись саме на основі цих положень. Зобов'язання сталого ведення лісового господарства з врахуванням інтересів всіх зацікавлених сторін дозволяє запобігти пріоретизації інтересів винятково однієї групи зацікавлених сторін (рис. 3). Ключові цілі національної лісової політики повинні враховувати останні тенденції в управлінні лісовим господарством – децентралізація, маркетингація, залучення зацікавлених сторін, багатоцільове лісокористування, роль лісів у адаптації та пом'якшенні наслідків змін клімату [20].

Взаємопов'язаність проблем лісового господарства України і складність їх розв'язання в умовах сучасного державного недофінансування лісового господарства вимагає належної постановки

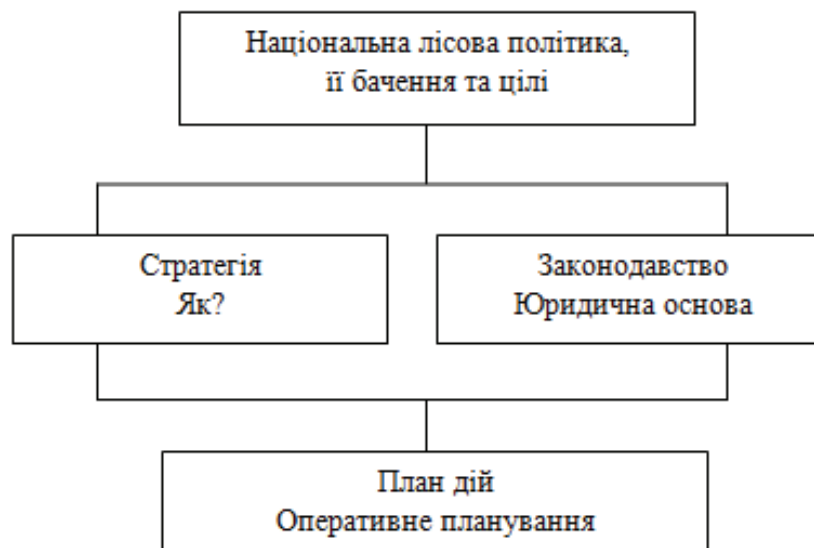


Рис. 1. Взаємозв'язок між лісовою політикою, стратегією та планами заходів [22, с. 11]

економіко-інституційних цілей національної лісової політики та актуалізує пошук нових джерел фінансування лісового господарства. Чинним Лісовим кодексом України визначено, що фінансування заходів з підвищення продуктивності, поліпшення якісного складу лісів, їх охорони, захисту і відтворення відбувається за рахунок:

- державного бюджету та власних коштів підприємств, установ і організацій лісового господарства – щодо лісів державної власності;
- місцевого бюджету та власних коштів підприємств, установ і організацій лісового господарства – щодо лісів державної та комунальної власності [10].



Рис. 2. Бачення та цілі національної лісової політики України

Розроблено авторами



Рис. 3. Підходи до управління лісовим господарством у контексті взаємодії зацікавлених сторін [20]

Основним джерелом коштів для ведення лісового господарства є виручка від реалізації лісової продукції, товарів та послуг, фактично – виручка від заготовленої деревини. Це дозволяє державним лісогосподарським підприємствам Полісся та Карпат вести лісове господарство за рахунок власних коштів, однак не враховує екологічного та соціального потенціалу лісів, поглиблює диференціацію прибутковості лісогосподарських підприємств України. Тому першочерговою стратегією після прийняття Закону України «Про національну лісову політику» є стратегія інституційно-економічного реформування лісового господарства України, одним із завдань якої має бути формування правових основ схем плати за послуги лісових екосистем в Україні. У сучасних умовах основним потенційним продавцем послуг лісових екосистем є державні лісогосподарські підприємства України, основними потенційними покупцями – агропідприємства, туристичні підприємства та місцеве населення, однак для розвитку ринку послуг лісових екосистем потрібна нормативно-правова база.

Інституціоналізація концепції плати за послуги лісових екосистем стає поширеною тенденцією в США, Великобританії, Болгарії, Румунії, Білорусі та інших державах, в яких активно впроваджуються та досліджуються потенційні можливості застосування схем плати за послуги лісових екосистем [17]. В'єтнам став першою азійською державою, що інституціоналізувала концепцію плати за послуги лісових екосистем – визначила основні послуги лісових екосистем, менеджмент та використання отриманої плати за послуги лісових екосистем. Міністерство сільського господарства та розвитку сільських районів В'єтнаму розробило чіткі керівні принципи та процедури реалізації схем плати за послуги лісових екосистем та встановило фіксовані платежі за послуги лісових екосистем [23]. Плата за послуги лісових екосистем для установ з виробництва гідроенергетики становить 20 донг на кВт/год комерційної електричної енергії (кількість енергії, яка береться до уваги для розрахунку загальної суми платежу – кількість проданої електричної енергії покупцям на основі контрактів). Плата за послуги лісових екосистем для підприємств з виробництва та постачання чистої води становить 40 донг на 1 м³ води (об'єм води, що використовується для обчислення загальної суми платежу – об'єм поставленої води споживачам). Плата за послуги лісових екосистем для туристичних підприємств – 1-2% від валового доходу за розрахунковий період [21].

Інституціоналізація концепції плати за послуги лісових екосистем в Україні має бути одним з пріоритетних завдань економіко-інституційного реформування лісового господарства України, оскільки це відповідає загальносвітовим тенденціям щодо управління лісовим господарством (маркетинга-

ція процесу управління лісовим господарством), чинному лісовому законодавству (зокрема Закону України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року») та зміщує фокус від питання перерозподілу коштів між лісогосподарськими підприємствами різних географічних зон до пошуку нових джерел фінансування лісового господарства.

Висновки:

1. Неefективне управління лісовим господарством України є головною перешкодою для розвитку лісового господарства і суміжних галузей економіки.

2. Проблеми управління лісовим господарством України і складність їх розв'язання в сучасних умовах державного недофінансування лісового господарства вимагають коректної постановки економіко-інституційних цілей національної лісової політики та пошуку нових джерел фінансування лісового господарства.

3. Прийняття Закону України «Про національну лісову політику» дозволить правильно сформулювати бачення та цілі національної лісової політики та врахувати вирішальну роль лісів у підвищенні врожайності сільськогосподарських культур, запобіганні ерозії ґрунту, захисті вододілів, підтримці циклу води та протидії зміни клімату.

4. Економіко-правове регулювання структур, відповідальних за реалізацію державної політики у сфері лісового господарства без початкового визначення довгострокового бачення розвитку лісового господарства та комплексного розуміння послуг лісових екосистем і потенційних джерел фінансування лісового господарства є атавізмом у реформуванні лісового господарства України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна цільова програма «Ліси України» на 2010-2015 роки від 16 вересня 2009 р. № 977 // Кабінет Міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/977-2009%D0%BF/stru#Stru>.
2. Дробко Е.В. Державне управління та державна політика у сфері лісових відносин: теоретичний аспект / Е. В. Дробко, В. М. Левківський // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Управління. - 2013. – Вип. 2. – С. 147-153.
3. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2011. – № 26. – Ст. 218.
4. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 4. – Ст. 546.
5. Замула Х. П. Сучасний стан ведення лісового господарства в Україні / Х. П. Замула // Агросвіт. – 2013. – № 19. – С. 54-59.
6. Земельний кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 3-4. – Ст. 27.

7. Иванов С.А. Государственная лесная политика: основные направления и роль в стимулировании рационального лесопользования / С.А. Иванов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2009. – № 4. – С. 166-169.
8. Конституція України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
9. Концепція реформування та розвитку лісового господарства від 18.04.2006 № 208-р // Кабінет Міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/208-2006-%D1%80/stru#Stru>
10. Лісовий кодекс України від 21 січня 1994 р. // Офіційний вісник України. – 2006. – № 11. – Ст. 691.
11. Положення про Державне агентство лісових ресурсів України від 13 квітня 2011 року № 458/2011 // Указ Президента України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/458/2011>.
12. Положення про Міністерство аграрної політики та продовольства України від 25 листопада 2015 р. № 1119 // Кабінет Міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1119-2015-%D0%BF>.
13. Положення про Міністерство екології і природних ресурсів України від 21 січня 2015 р. № 32 // Кабінет Міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/322015-%D0%BF>.
14. Положення про обласні управління лісового та мисливського господарства Державного агентства лісових ресурсів України від 21.03.2012 № 134 // Міністерство аграрної політики і продовольства України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0729-12>.
15. Положення про Державну екологічну інспекцію України від 19 квітня 2017 р. № 275 // Кабінет Міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D0%BF>.
16. Постанова КМУ «Про врегулювання питань щодо спеціального використання лісових ресурсів» від 23 травня 2007 р. № 76. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/761-2007-%D0%BF>.
17. Соловій І.П. Концепція плати за послуги екосистем: світовий досвід і перспективи її впровадження у лісовому секторі / І.П. Соловій // Наукові праці Лісівничої академії наук України: збірник наукових праць. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2016. – Вип. 14. – С. 252-258.
18. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони // Офіційний вісник України. – 2014. – Т. 1. – 75. – Ст. 2125. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/984_011.
19. Указ Президента України «Про додаткові заходи щодо розвитку лісового господарства, раціонального природокористування та збереження об'єктів природно-заповідного фонду» від 21 листопада 2017 р. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.president.gov.ua/documents/3812017-23066>.
20. Bas Arts. Assessing forest governance from a 'Triple G' perspective: Government, governance, governmentality / Bas Arts // Forest Policy and Economics. – Volume 49. – December 2014. – P. 17-22.
21. Decree on the policy on payment for forest environment services // Socialist Republic of Vietnam. – [Electronic resource]. – Access mode: http://vietnam-redd.org/Upload/Download/File/99-2010-ND-CP_EN_2332.pdf.
22. Developing effective forest policy. A guide. // Food and Agriculture Organization of the United Nations. – Rome, 2010. – 80 p.
23. Diana Suhardimana. Payments for ecosystem services in Vietnam: Market-based incentives or state control of resources? / Diana Suhardimana, Dennis Wichelnsb, Guillaume Lestrelinc, Chu Thai Hoanh // Ecosystem Services. – Volume 5. – September 2013. – P. 94-101.
24. Forest policy // Food and Agriculture organization of the United Nations. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.fao.org/forestry/policy/91248/en/>.
25. Irmeli Mustalahti. Sustaining Participatory Forest Management: Case Study Analyses of Forestry Assistance from Tanzania, Mozambique, Laos and Vietnam // Irmeli Mustalahti. – Small-Scale Forestry. Volume 8(1). – 2009. – P. 109-129.

РЕКРЕАЦІЙНА ОСВІТА ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

RECREATIONAL EDUCATION OF TOURISM INDUSTRY SPECIALISTS

УДК36:330.3(477.7)

Чичкалюк Т.О.

к.е.н., доцент кафедри управління земельними ресурсами Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Волчецький Р.В.
 здобувач кафедри управління земельними ресурсами Чорноморський національний університет імені Петра Могили

У статті досліджено значущість рекреаційної освіти в підготовці фахівців туристичної галузі. Зроблено спроби наукової оцінки умов експлуатації та охорони рекреаційних ресурсів для використання їх у тій чи іншій рекреаційній діяльності. Запропоновано моделі рекреаційної діяльності та розглянуто їх вплив на профіль рекреаційної освіти в Україні.

Ключові слова: рекреаційна освіта, туристична галузь, рекреаційні ресурси, підготовка фахівців, рекреаційна діяльність.

В статье исследована значимость рекреационного образования в подготовке специалистов туристической отрасли. Сделаны попытки научной оценки условий эксплуатации и охраны рекреационных ресурсов для использования их в той или иной рекреационной деятельности. Предложены модели

рекреационной деятельности и рассмотрено их влияние на профиль рекреационного образования в Украине.

Ключевые слова: рекреационное образование, туристическая отрасль, рекреационные ресурсы, подготовка специалистов, рекреационная деятельность.

The article investigates the importance of recreational education in the training of specialists in the tourism industry. The efforts to evaluate the conditions of exploitation and the protection of recreational resources, for use in one or another recreational activity have been made. Models of recreational activity are proposed and their influence on the recreational education profile of Ukraine is considered.

Key words: recreational education, tourism industry, recreational resources, training of specialists, recreational activity.

Постановка проблеми. Питання ефективного використання ресурсів, особливо людських, нині набуває особливої актуальності. Отримання найкращих показників виробничої діяльності будь-якої людини можливе лише за умови оптимального співвідношення праці та відпочинку. Відзначимо, що необхідність праці і відпочинку є першочерговими мотиваційними потребами людини. Праця – основна умова людського існування, вона стала фізичною потребою людини, що забезпечує всебічну життєдіяльність людського організму. У процесі інтенсивного та тривалого як фізичного, так і розумового навантаження наявною стає виражена втома, виникають фізіологічні та психічні розлади, виснажується функціональний потенціал центральної нервової системи. Відпочинок після трудового дня, тижня, місяця, року відновлює фізичні й духовні сили людини, знімає емоціональну напругу, тобто відбувається релаксація (лат. relaxation – зменшення напруги, послаблення). Відпочинок багатфункціональний і індивідуальний процес, визначається характером праці і присутній у всіх видах діяльності людини у вільний час. Відновлення сил відбувається в певному просторі: житло – місто – країна – світ; залежить від часового чинника: доба – тиждень – рік – період «третього віку».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У різних країнах світу здійснюються систематичні фундаментальні та прикладні дослідження з рекреаційної тематики, формуються колективи вчених, створюються численні науково-дослідні інститути для вирішення проблем дозвілля та відпочинку. Відомими серед них є: Національна асоціація рекреації у США, Фонд парків та рекреації в Японії, Товариство з проблем дозвілля у Німеччині, Інститут управління у галузі дозвілля та розваг у Вели-

кій Британії. Їх головними завданнями стало дослідження рекреаційної проблематики [1]. Питання дозвілля у зарубіжних країнах розглядається І. Петровою, в межах досліджень якої характеризується система закладів дозвілєвої сфери та її кадрове забезпечення [2]. Форми життєдіяльності й різноманітні види занять людей у первісному суспільстві як передумови виникнення дозвілля та фізичної рекреації розглядаються С. Пангеловим [3]. Процес підготовки фахівців із фізичної рекреації подано у роботах Т. Круцевич, В. Піча, О. Жданової [4]. Сучасні українські дослідники з проблем фізичної рекреації торкаються питань теорії і практики організації рекреаційної діяльності, мають вагомі здобутки в розкритті сутності, у виявленні педагогічного потенціалу дозвілля.

Відзначаючи здобутки вчених у дослідженні історичних та теоретичних аспектів рекреації, слід наголосити на необхідності подальшого розроблення важливих теоретико-методологічних проблем, пов'язаних із функціонуванням рекреаційної сфери, на нагальній потребі знаходження принципово нових поглядів на місце рекреації у сучасному суспільстві, на широке запровадження рекреаційної освіти фахівців туристичної галузі.

Постановка завдання. Головною метою цієї роботи є дослідження значущості рекреаційної освіти в підготовці фахівців туристичної галузі, характеристика особливостей рекреаційної сфери та її місця в суспільстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація вільного часу громадян залежить від рівня розвитку суспільства. Наявність вільного часу важлива у формуванні особистості, побуту і культури людини. Вільний час – неоднорідне поняття: він витрачається на відпочинок, релаксацію, профілактику, лікування, для культурного і

інтелектуального розвитку; на читання художньої літератури, соціальне спілкування, аматорські заняття, розваги, спорт. Поняття «рекреація», «відновлення» (лат. *recreatio* – відпочинок) об'єднує такі явища, як дозвілля, свято, гра, лікування-профілактика, відпочинок-релаксація, туризм, фізична рекреація. Фактори, що зумовлюють процес рекреації, діляться на соціально-економічні та матеріальні. Соціально-економічні – це потреби населення у відпочинку, які визначаються способом життя людини, можливостями суспільства. Матеріальними чинниками є рекреаційні ресурси і їх просторове розміщення. Рекреаційні ресурси представляють собою поєднання різних природних і антропогенних чинників, що створюють сприятливі умови для рекреаційної діяльності. Рекреаційна діяльність спрямована на задоволення основних потреб людини:

- фізіологічних (сон, харчування, гігієна, рух);
- психофізіологічних (відпочинок-релаксація, профілактика, туризм);
- духовно-інтелектуальних (дозвілля, фізична рекреація, застілля, свято, гра) [3].

Рекреаційна діяльність вимагає вивчення рекреаційних територій та об'єктів, їх планувальної організації, взаємодію з архітектурно-планувальною організацією рекреаційного комплексу та організацією внутрішнього простору рекреаційної установи. Необхідність обліку рекреаційних територій зумовлює побудову регіональних програм розвитку рекреації, заснованих на «інвентаризації» рекреаційних ресурсів, їх систематизації і грамотному освоєнні рекреаційного потенціалу. Виявлення, оцінка, умови експлуатації та охорона рекреаційних ресурсів пов'язані зі ступенем вивченості природних, культурних, рекреаційних комплексів і трудових ресурсів, для використання їх в тій чи іншій рекреаційної діяльності. Рекреаційні ресурси визначають види рекреаційної діяльності, а отже, і профіль рекреаційної освіти.

Рекреаційні утворення – функціональна сукупність природного та організованого природного й урбанізованого середовища, перетвореного для потреб рекреації. Рекреаційні ресурси, рекреаційна діяльність, рекреаційні утворення визначають формування рекреаційного середовища [2].

Сукупність знань із формування рекреаційного середовища визначає «рекреаційну свідомість» фахівців туристично-рекреаційної галузі.

Професійне мислення фахівця туристично-рекреаційної галузі визначається сукупністю навчальних модулів «активний туризм», «рекреація», «технологія галузі», «організація галузі».

Рекреація виконує особливу роль у гуманізації навчання, тому що визначає знання з відновлення природного й урбанізованого середовища та життєво важливі сили самої людини. Рекреація визначає розвиток «середовищного просторового

мислення», сутність якого зосереджується в тріаді «природа – архітектура – людина», забезпечуючи системність розуміння. Практичним завданням модуля стає навчання фахівців об'ємному відчуттю усієї рекреаційної території як єдності функціональних рекреаційних програм (лікування-профілактика, відпочинок-релаксація, туризм, фізична рекреація).

У системі рекреаційних утворень найпотужнішим планувальним елементом виступає рекреаційний регіон. Виявлення меж рекреаційних територій ґрунтується на використанні принципів комплексності та різноманітності рекреації. Термін «рекреація» закладає логіку професійного мислення, яке може структурно відповідати на питання: де відбуваються рекреаційні події (розміщення рекреаційних ресурсів), як організована рекреація (планувальна організація рекреаційної території і урбанізованих рекреаційних комплексів), хто є організатором і на кого спрямована рекреація (рекреаційна діяльність фахівця і рекреанта).

Мета і завдання рекреації в системі підготовки фахівця туристичної галузі визначаються сучасними вимогами посилення уваги до особистості людини-рекреанта. Рекреація має стати ядром гуманізованого концепції професійного мислення фахівця туристичної галузі, «олюднюючи» зміст рекреаційних систем. В основу формування рекреації покладено ідеї концепцій науки рекреології як однієї зі складників науки про людину та її потреби. Визначення всього спектра рекреаційних потреб і встановлення порога їх задоволення є найважливішим завданням під час складання теоретичної рекреаційної моделі. Ідеальна модель рекреації полягає у відповідності рекреаційних потреб індивіда розумного порогу їх задоволення [3].

Передумови розвитку відпочинку визначають складники узагальненої моделі відпочинку і її структурні елементи: індивід – напрямок рекреаційної діяльності; рекреаційний простір, архітектура – середовище проживання індивіда; час – частина вільного часу індивіда; ресурси – матеріально-технічна база, природа, пам'ятники; економіка – ефективність капіталовкладень.

В основі узагальненої моделі рекреації доцільно розглядати шість гіпотез перспективного відпочинку:

1. Індивідуалізація відпочинку – замкнуте спілкування в колі сім'ї.
2. Колективізація відпочинку – масові форми відпочинку, що забезпечують різноманітність контактів у спілкуванні.
3. Соціальний туризм – реалізація потреби індивіда в спілкуванні, пізнанні, культурі.
4. Профілактика і лікування – основна вимога – регулярність профілактики здоров'я і лікування для відновлення фізичних і психічних сил у спеціалізованих закладах.

5. Відпочинок-перемикання – вираз потреби індивіда до творчої праці, самоосвіти, до зміни видів діяльності.

6. Фізична рекреація – фізичне вдосконалення індивіда, подолання гіподинамії в багаторівневій просторовій системі рекреаційних комплексів (від жилого мікрорайону до рекреаційного регіону) [4].

В Україні туризму як пріоритетній соціальній сфері держава досі не надає достатньої підтримки, соціальна його функція практично не реалізується. Сьогоднішнім працівникам і майбутнім фахівцям – організаторам туристично-рекреаційної галузі вкрай необхідний досвід історичної еволюції вітчизняного туризму, що дає змогу виявити закономірності процесу розвитку, шляхи помилок і шляхи вдосконалення системи підготовки висококваліфікованих кадрів цієї непростой індустрії.

Українська система освіти фахівців туристично-рекреаційної справи об'єднала традиції організації аматорських і професійних об'єднань прихильників подорожей та мандрівок. У системі вітчизняної підготовки фахівців частка туристично-рекреаційної галузі є однією з найменших у системі професійної освіти, що певним чином зумовлює нечіткість у розумінні визначальних напрямів її розвитку, довільність у трактуванні головних завдань та технологій. Одними з ключових проблем є обґрунтованість вибору професії, відповідна допрофесійна підготовка, соціокультурна спрямованість освітніх систем підготовки фахівців конкретної галузі. Серед інших важливих передумов, які визначають спрямування професійної туристично-рекреаційної освіти, можна перерахувати такі: соціально-економічні (рівень розвитку країни, структура господарства, якість життя, соціально-професійний склад суспільства, його освітній рівень, ступінь урбанізації та мобільності, політична стабільність тощо), ресурсний потенціал території, інфраструктурний фактор, суб'єктивні фактори (зміни в психології особистості, ставлення до інших груп, культур) [5].

Стратегічною метою навчальної та наукової діяльності кафедр туризму різних регіонів України є формування нової висококультурної та освіченої генерації кваліфікованих фахівців туристичної галузі та розроблення нових туристично-рекреаційних продуктів. Велика увага при цьому приділяється опануванню маркетингом і менеджментом у туристичній галузі. У поєднанні зі знаннями організації готельної, ресторанної, екскурсійної, музейної справи та міжнародного туризму майбутні фахівці зможуть легко адаптуватися на ринку як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

У контексті європейської інтеграції та соціально-економічного розвитку у світі пріоритетом в освіті кадрів туризму в Україні є неперервна під-

готовка фахівця. Методологічним підґрунтям ціложиттєвого навчання вважаємо доцільним використовувати висновок академіка І. Зязюна щодо віднесеності неперервної професійної освіти до особистості, до освітнього процесу, до програм, до організаційних структур. У першому випадку це поняття означає, що людина вчиться постійно, без відносно тривалих перерв в освітніх установах (формальна й неформальна освіта) або ж займається самоосвітою (інформальна освіта).

Що стосується організаційної структури, то неперервність передбачає наявність мережі навчально-виховних закладів, які пропонують простір освітніх послуг, забезпечують зв'язок і наступність програм, здатних задовольнити запити і потреби населення [6]. Сутність принципу неперервної туристично-рекреаційної освіти полягає у розумінні освітньої системи як цілісної, що охоплює усі ланки на різних етапах життєдіяльності професійного зростання людини.

Висновки з проведеного дослідження. Відновлення фізичних та емоційних сил людини так само важливе, як і вміння ефективно працювати. За таких обставин більшого значення набуває раціональний вибір форм рекреаційної діяльності з урахуванням індивідуальних особливостей, специфіки соціокультурного середовища і доступних можливостей. Будь-які позитивні зміни туристсько-рекреаційної галузі можливі за наявності високопрофесійного персоналу, підготувати який можливо лише за умови запровадження ефективної рекреаційної освіти фахівців туристичної галузі.

Проблема розвитку й удосконалення рекреаційної освіти в Україні нині стає надзвичайно гострою й актуальною. Відпочинковий, оздоровчий, курортний потенціал внутрішніх ресурсів країни є потужним, але малодослідженим і використовуваним. Рекреаційна освіта сьогодні потребує більш широкої та детальнішої характеристики дій, а також упровадження даних досліджень у практичну діяльність.

Сучасна професійна освіта фахівців для сфери туризму як наукова проблема має такі пріоритетні завдання:

- модернізація системи управління організаційно-педагогічною роботою в туризмі;
- інтенсифікація передачі педагогічних функцій і повноважень усім рівням туристської освіти;
- компетентна організація, відкритість і доступність педагогічного процесу та туристської справи;
- використання дискусійно-проблемного методу обговорення програм підготовки кадрів;
- визначення особистої відповідальності кожного педагога за спеціальністю та профілем підготовки фахівців;
- підвищення педагогічної й управлінської культури фахівців;

- поглиблення навчальної практики працівників і функціонерів у туристських і громадських колективах;
- зв'язок кадрів із туристською громадськістю на основі високого професіоналізму, працьовитості, доступності та поваги до освіти.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Петрова І.В. Дозвілля у зарубіжних країнах: підручник. К.: Кондор, 2008. 408 с.
2. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму / О.М. Жданова, А.М. Тучак, В.І. Поляковський, І.В. Котова. Луцьк: Вежа, 2000. 240 с.
3. Піча В.М. Вільний час: тенденції і проблеми розвитку. К., 1992. 106 с.
4. Пангелов С.Б. Формування передумов виникнення фізичної рекреації як форми дозвілля людини у первинному суспільстві. Молода спортивна наука України. 2009. Т. 4. С. 138–142.
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг як об'єкт географії туризму. Український географічний журнал. 2003. № 2.
6. Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: монографія / за ред. І.А. Зязюна. К., 2000.

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

ІНКЛЮЗИВНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРАЦІ ТА ЇХ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ

INCLUSIVE VECTOR FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONAL LABOR MARKETS AND THEIR INFRASTRUCTURE IN UKRAINE

УДК 331.5:[330.34:339.13](477)

Зуб М.Я.

к. е. н.

Хмельницького торговельно-
економічного коледжу
Київський національний
торговельно-економічний університет

Крупініна К.П.

студентка

Хмельницького торговельно-
економічного коледжу
Київський національний
торговельно-економічний університет

*У статті розглянуто економічну та соціальну сутність інклюзії. Сформульовано нові підходи до розуміння змісту поняття інклюзивного регіонального ринку праці. Визначено особливості та пріоритетні орієнтири розвитку інфраструктури за потреб та вимог інклюзивного регіонального ринку праці. **Ключові слова:** інклюзія, інклюзивний ринок праці, інфраструктура інклюзивного регіонального ринку праці.*

В статье рассмотрена экономическая и социальная сущность инклюзии. Сформулированы новые подходы к пониманию содержания понятия инклюзивного регионального рынка труда. Определены особенности и приоритетные ориентиры разви-

тия инфраструктуры по потребностям и требованиям инклюзивного регионального рынка труда.

Ключевые слова: инклюзия, инклюзивный рынок труда, инфраструктура инклюзивного регионального рынка труда.

The article deals with the economic and social nature of inclusion. Formulated new approaches to understanding the content of the concept of an inclusive regional labor market. The features and priority directions of infrastructure development for needs and requirements of the inclusive regional labor market are determined.

Key words: inclusion, inclusive labor market, infrastructure of the inclusive regional labor market.

Постановка проблеми. Занепокоєність як світової, так і вітчизняної спільноти посиленням зростанням тероризму, кризою та незбалансованістю глобальної економіки, масовістю безробіття, наступом індивідуалізму, дискримінацією населення за расовою, віковою, статевою ознаками, розвитком десоціалізації, спадом зацікавленості економічно активного населення в колективній взаємодії, поширенням соціальної роз'єднаності, загостренням нерівності та неконтрольованості міграційних процесів актуалізує потребу інклюзивного вектору розвитку регіональних ринків праці в Україні.

Усвідомлюючи складність та глибину проблем, світові лідери країн «Групи семи» акцентували увагу на використанні різних інструментів щодо дотримання гендерної рівності, застосування інновацій, формування нових навичок і досягнення повної, ефективної зайнятості з метою досягнення сталого, збалансованого та інклюзивного зростання [1]. Інклюзивне економічне зростання, на думку відомого аргентинського економіста Р. Хаусманна, забезпечує стабільне та довгострокове поліпшення життя усіх верств населення, що стимулює прискорення зростання ВВП [2]. Ми поділяємо думку Р. Хаусманна про те, що і нерівність, і негідні робочі місця, і невідповідні стандарти життя, і повільне зростання найчастіше є результатом певної форми відчуження, збільшення нелегальної трудової міграції та тіньової зайнятості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вирішенню проблеми інклюзивного зростання, формування інклюзивного суспільства та розвитку інклюзивного ринку праці присвячені наукові праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як, зокрема, Д. Асмоглоу, С. Бабенко, А. Базилук, О. Балакірєва, З. Бедос, Р. Болінг, С. Голандер, А. Грищенко, В. Дмитрук, Е. Дуфло, Р. Жиленко, О. Жулин, Т. Затонацька, Д. Ейсе-моглу, Л. Ємельяненко, С. Кожемякіна, А. Колот, А. Колупаєва, Е. Лібанова, Дж. Подест, Е. Райнерт, Д. Робінсон, Н. Софій, А. Федулова, Р. Хаусманн. Водночас аналіз багатьох наукових праць, проведений з вибраного напряму дослідження, показав, що досі не існує єдиної точки зору щодо сутності інклюзії, а також недостатньо відображені визначення категорій «інклюзивний регіональний ринок праці» та «інклюзивна інфраструктура регіонального ринку праці». Тому, на наш погляд, вибрана для розгляду тема дослідження є актуальною та важливою сьогодні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження економічної, соціальної сутності інклюзії, розкриття ролі інклюзивного регіонального ринку праці та визначення особливостей його інфраструктури в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наприкінці ХХ ст. у науковий обіг увійшов новий термін «інклюзія». Англійське дієслово “inclusion” в перекладі українською означає «утримувати, включати, мати місце у своєму складі, долучати

до будь-кого або до будь-чого». Останнім часом "inclusion" перетворилось на термін, який відображає нові погляди на місце людини в суспільстві [3, с. 358].

Доречно зазначити, що економічна сутність самого поняття інклюзивності найбільш повно розглядається в роботах відомих сучасних економістів Д. Робінсона та Д. Ейсемоглу: "inclusive" – це залучення до процесу усіх, без відмінностей і обмежень [4].

Також в Енциклопедичному фонді поняття «інклюзія» трактується як включення, як процес примноження рівня участі всіх громадян в соціумі, перш за все тих, які мають труднощі у фізичному розвитку. Воно передбачає розробку і застосування таких конкретних рішень, які здатні дати змогу кожній людині рівноправно брати участь в академічному і суспільному житті [5]. Існує інша думка вчених про те, що «інклюзія – це процес збільшення ступеня участі всіх громадян у соціальному житті». Отже, соціальна інклюзія дає можливість кожному члену суспільства зробити свій вибір з усіх аспектів повсякденного життя, дає змогу кожній людині повноправно брати участь в житті суспільства згідно з її бажанням [6, с. 10].

До основних світових інститутів, які активізують процеси інклюзії на планеті, слід віднести такі організації, як, зокрема, ООН, МОП, ЮНІСЕФ, ЮНЕСКО, ОБСЄ. Так, ООН у 1948 році, прийнявши «Загальну декларацію про права людини», проголосила, що всі люди народжуються вільними і рівними у своїй гідності та правах; всі права і свободи кожної людини не залежать від раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних або інших переконань, національного чи соціального походження, майнового, станового або іншого становища; всі люди мають право на рівний захист від будь-якої дискримінації [7].

На думку окремих вчених, концепція соціального залучення (соціальної інклюзії), що є протилежною концепції соціальної ізоляції, з'явилася як результат переходу більшості суспільств до демократичних цінностей, поваги до основних прав та свобод людей. Ця концепція [10, с. 7] виникла як відповідь на зростаючу соціальну нерівність, спричинену новими умовами на ринку праці та недосконалістю наявної системи соціального забезпечення, яка не могла задовольнити потреби різноманітних верств населення.

Європейський Союз визначив соціальну інклюзію як процес, що забезпечує тих, у кого є ризик бідності і соціального відторгнення, можливостями та ресурсами, необхідними для того, щоб ці люди могли повною мірою брати участь в економічному, соціальному та культурному житті і досягати такого рівня життя та добробуту, котрий відповідає нормальним стандартам у суспільстві, в якому вони живуть [10, с. 12].

Згідно з інформацією, яка зазначена в Декларації ООН про соціальний розвиток, нові концептуальні засади суспільного облаштування полягають у здатності сучасного суспільства розвиватися на основі толерантності, терпимості, засудження дискримінації, поваги до людського розмаїття, рівності можливостей, солідарності та безпеки [11]. Ці орієнтири зумовлені формуванням нової культурної та освітньої норми, а саме поваги до людей, які є фізично та інтелектуально неповносправними [12, с. 30–31]; формуванням «суспільства для всіх», яке покликане захищати, а також активізувати інтеграцію в соціум різних категорій, груп населення та трудових колективів.

На думку вчених та дослідників, ускладнення світу праці є відображенням ускладнення світу економіки загалом. Так, А. Гриценко звертає увагу на взаємне відокремлення економічного і соціального в процесі розвитку, що робить соціалізацію економіки проблемою, яка виникає кожного разу на новому рівні ускладнення людського суспільства [13, с. 191]. Соціалізація пронизує зайнятість, реалізується через неї, забезпечує її, створює «силу інклюзивності», тобто залучення населення у сферу трудових відносин. Зайнятість не тільки забезпечує відтворення населення, але й створює умови для особистісного розвитку, а соціалізація виступає як найважливіший чинник нормативного функціонування і стабільності суспільства, необхідної безперервності в його розвитку [14, с. 44].

У розумінні фахівців всесвітньої організації ЮНЕСКО поняття «інклюзія» розглядається як динамічний процес, який полягає в сприйнятті індивідуальних особливостей громадян не як проблеми, а як можливостей для розвитку [8]. Тому рух та розвиток регіональних ринків праці щодо інклюзії – це не тільки технічна або організаційна зміна, але й своєрідна філософія.

Трактування економічної категорії інклюзивності з року в рік розширюється та системно збагачується. Так, соціальна інклюзія деякими вченими та фахівцями розуміється як процес змін у політичній, економічній, соціальній сферах, спрямований на утвердження соціальної рівності [9, с. 25].

Щодо цього варто звернути увагу на одне із засідань Београдського азіатського форуму (БАФ), яке пройшло під девізом «інклюзивний розвиток: загальна програма і нові виклики». На форумі відзначалося, що «інклюзивний розвиток <...> дає змогу всім країнам і регіонам світу користуватися результатами глобалізації, економічної інтеграції та економічного зростання. Для окремо взятого економічного суб'єкта інклюзивний розвиток має на меті максимально створити можливості розвитку і працевлаштування за рахунок високих темпів економічного зростання на поступальній основі, а також забезпечити громадянам рівний доступ до надаваних соціальних гарантій і можли-

вість участі в усіх сферах життєдіяльності країни» [15, с. 22–23].

Нові умови життєдіяльності вимагають від українського Уряду створення сучасного національного механізму, який би зміг пом'якшити розв'язання клубка проблем, які щоразу наростають на ринку праці в регіонах України. Прикладом вирішення важливого урядового завдання можна вважати реалізацію спільного проекту «Інклюзивний ринок праці на 2017–2022 роки», який розроблений для України Міжнародною організацією праці. Метою міжнародного проекту є вирішення проблем зайнятості та ринку праці на національному та регіональному рівнях завдяки зміцненню соціального діалогу та оновленню тристоронніх механізмів. Завданнями проекту «Інклюзивний ринок праці» є здійснення політичних та інституційних реформ з метою підвищення ефективності ринку праці; поліпшення навичок робочої сили та активізації її морально-духовної та творчої компонент; забезпечення підґрунтя для розвитку підприємництва та створення нових робочих місць; забезпечення продуктивної зайнятості українських громадян [16].

Беззаперечним є те, що можливість інклюзивного економічного зростання в Україні значною мірою залежить від інклюзивного розвитку національного та регіональних ринків праці та від наявності розвиненої відповідної інфраструктури. На думку авторів, інклюзивний ринок праці – це соціально-економічний та культурно-психологічний феномен сучасної епохи, який, як доводить світовий досвід і практика, використовуючи інклюзивний формат суспільства, створює підґрунтя для побудови в регіонах України середовища необмежених можливостей.

Водночас інклюзивний регіональний ринок праці – це ідеал, на який орієнтується сучасне суспільство з метою підвищення ступеня залучення та активної участі населення у створенні ВВП; формування соціальної згуртованості, досягнення повної, продуктивної та гідної зайнятості населення; сприяння системному розвитку людини та забезпеченню нових, більш широких та рівноправних економічних можливостей для різних категорій, верств і груп суспільства; збільшення добробуту для всіх незалежно від соціально-економічних умов, статі, раси, місця проживання, національності, а також якого не завжди можна досягнути повністю як сьогодні, так і в майбутньому.

За останні два-три роки уряд України приділяв особливу увагу заходам, спрямованим на забезпечення економічного зростання, зокрема розвитку ділового та інвестиційного клімату і розбудові інфраструктури (насамперед, дорожньої мережі) [17, с. 190].

Одним із 17 глобальних завдань Цілей сталого розвитку (ЦСР), які визначені урядом України

в Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна» з урахуванням специфіки національного розвитку, визначено «розвиток якісної, надійної, сталої та доступної інфраструктури, яка має базуватися на використанні інноваційних технологій, у т. ч. екологічно чистих видів транспорту» [18, с. 70]. Ключовими проблемами розвитку національної економіки визнано «нерозвинуту промислову інфраструктуру, зокрема використання інформаційно-комунікаційних платформ і технологій у ланцюжках створення доданої вартості продукції».

На нашу думку, одними із факторів стимулювання соціалізації стійкого, справедливого та всеохоплюючого прискореного економічного розвитку в регіонах України слід визнати модернізацію багатомірного інфраструктури інклюзивного регіонального ринку праці, зокрема цінностей, рутин, неформальних та формальних інститутів.

Ідеальною основою сучасної інфраструктури інклюзивного вектору розвитку регіонального ринку праці має стати нова соціальна свідомість (ідеї, цінності, вірування, ідеологія), що визначає виховання позитивного ставлення до праці як до цінності; сприяє підвищенню престижу праці, отриманню та виконанню гідної роботи, зростанню ролі робочої сили у підвищенні конкурентоспроможності регіонів країни; забезпечує людську гідність, безпеку, справедливість для громадян; підтримує гармонійні і стабільні відносини, мінімізує соціальну ізоляцію та соціальну дезінтеграцію, забезпечує соціальну згуртованість, стабільність, впевненість в завтрашньому дні та оновлення ідеології праці.

Світ праці швидко змінюється, тому для того, щоб і сьогодні, і завтра залишатися конкурентоздатним, необхідно вміти «вчитися впродовж всього життя», жертвувати гроші для здобуття досвіду, забувати старі і втілювати нові переконання, навички та моделі мислення, розвивати навички лідерства та управляти командами, а також слідувати за своїм тілом, осмислено будувати кар'єру, експериментувати в кар'єрі, розвивати декілька професійних ліній і пробувати займатися підприємницькою діяльністю [19].

Нормативна складова інфраструктури інклюзивного вектору розвитку регіонального ринку повинна включати в себе відміну віджилих правил, етичних норм та організаційних форм соціальної взаємодії, приписів у структурно-суб'єктивній взаємодії відповідних підприємств, організацій, установ, що накладають істотні обмеження на дії найманих працівників, роботодавців, безробітних, формуючи їх реальну поведінку, яка відображається у сміливості думки, неухильному прагненні вперед, відчутті та можливості сприйняття нового.

Крім таких очевидних навичок ХХІ ст., як цифрова, фінансова, мовна і підприємницька грамотність, а також розвинені навички мислення, в

майбутньому важлива глобальна та громадянська грамотність. Йдеться про вміння розуміти інші культури та релігії, співпрацювати з носіями відмінної від своєї самоідентифікації; усвідомлення своїх цивільних прав і обов'язків, а також сприйняття демократії перш за все як лабораторії постійного навчання та покращення взаємодії між людьми [20].

Наступним аспектом в розбудові сучасної інфраструктури інклюзивного вектору розвитку регіонального ринку має стати формування взаємодії (через різноманітні засоби взаємозв'язку між індивідами, верствами, спільнотами, групами завдяки застосуванню інституціолізованого принципу цієї взаємодії та залученню інноваційних каналів взаємодії). Підґрунтям інфраструктури інклюзивного розвитку регіонального ринку праці в Україні має стати розвиток «знизу вгору» (“bottom-up”), метою якого є побудова такого суспільства, в якому всебічно розкривається людський потенціал, створюються відповідні рівноправні можливості для соціуму завдяки інклюзивності в освіті, охороні здоров'я, культурі.

Останніми роками в усьому світі популярності набув не лише інклюзивний розвиток та інклюзивне економічне зростання, але й поняття інклюзивних інституцій. Найбільш оптимальним методологічним підходом до побудови інклюзивних інституцій регіонального ринку праці є використання методологічного підходу “bottom-up” («знизу вгору»). Цей вибір пояснюється тим, що саме інклюзивні інституції мають вирішальне значення у впровадженні реформ, створенні стимулів для інновацій та інвестицій, розкритті внутрішнього потенціалу регіонів, узгодженні просторового та секторального розвитку національного ринку праці.

Життєво важливо, щоб пріоритетними орієнтирами інфраструктури інклюзивного регіонального ринку праці, яка має враховувати глобальні та національні виклики, стали створення привабливого регіонального ринку праці (усунення перешкод до працевлаштування, соціальної інтеграції, участі різних категорій, верств, груп населення та ефективного функціонування трудових колективів; створення комфорту, архітектурної, інформаційної та транспортної доступності; розширення доступу до інформаційно-комунікаційних технологій та сприяння забезпеченню загального і недорогого доступу до Інтернету); розробка стратегії «передових інклюзивних регіональних ринків праці», сприятливих до інновацій; створення умов для навчання населення «впродовж усього життя»; поліпшення професійної підготовки робочої сили; зниження адміністративного навантаження на відкриття нового бізнесу та створення робочих місць; розширення фінансування для підприємців на дослідження та інновації.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що вибраний вектор інклюзивного роз-

витку регіональних ринків праці та їх інфраструктури сприятиме подоланню соціально-економічної та політичної кризової ситуації, забезпечить стійкий збалансований розвиток та підвищить рівень життя населення. Базовими принципами в розбудові інфраструктури інклюзивного розвитку ринку праці в регіонах України мають стати принципи рівних можливостей; принцип справедливості для всіх; принцип відкритості; принцип інклюзивних рішень; принцип верховенства закону; принцип інклюзивної демократії; принципи гідної праці та гідного рівня життя; принцип підприємницької активності для всіх; принцип соціальної згуртованості; принцип науковості. Предметом наших подальших наукових досліджень є визначення функцій інфраструктури інклюзивного регіонального ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Саммит «Групи семи», 26-27 мая, Италия: выдержки из Коммюнике лидеров. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/27079/саммит-группы-семи-26-27-мая-италия-выдержки-из-коммюнике-лидеров_ru.
2. Хаусманн: экономика нуждается в инклюзивном росте. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/49179>.
3. Аксенова Л., Архипов Б., Белякова Л. и др. Специальная педагогика. Москва: Академия, 2001. 400 с.
4. Федулова Л. Инклюзивні інновації в системі соціально-економічного розвитку. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/No3/56.pdf>.
5. Инклюзия – термин в Энциклопедическом Фонде. URL: <http://www.russika.ru/t.php?t=3401>.
6. Колупаєва А., Софій Н., Найда Ю. та ін. Інклюзивна школа: особливості організації та управління. Київ: ФОП І.С. Парашин, 2010. 128 с.
7. Загальна декларація прав людини ООН; Декларація, Міжнародний документ від 10 грудня 1948 року. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_015.
8. Офіційний сайт UNESCO. URL: <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=ua>.
9. Дятленко Н., Софій Н., Мартинчук О., Найда Ю. Асистент учителя в інклюзивному класі. Київ: Плеяди, 2015. 172 с.
10. Сергєєва Л., Софій Н. Якісна професійно-технічна освіта – соціально вразливій молоді. Київ: Арт Економі, 2012. 168 с.
11. Конвенція ООН про права дитини. URL: https://www.unicef.org/ukraine/ukr/convention_small_final.pdf.
12. Колупаєва А., Савчук Л. Діти з особливими освітніми потребами та організація їх навчання. Київ: АТОПОЛ, 2011. 274 с.
13. Гриценко А. Капіталізація и соціалізація економіки в ретроспективе и перспективе. Методологія, теорія та практика соціол. аналізу сучас. сусп-ва. 2009. Вип. 15. С. 191–195.

14. Гайдар О. Праця та зайнятість – найважливіші фактори інклюзивного соціально-економічного розвитку. Економічна теорія та право. 2016. № 4(27). С. 35–48.

15. Гриценко А. Реструктивний економічний розвиток – нова парадигма для України. URL: <http://ief.org.ua/docs/scc/2.pdf>.

16. Крентовська О. Міністерство проводить системну роботу по формуванню комплексної реформи ринку праці. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=250027734.

17. Прем'єр-міністр представив Звіт про хід і результати виконання програми діяльності Кабінету Міністрів України у 2016 році (Презентація).

URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=249740278&cat_id=244276429.

18. Цілі Сталого Розвитку: Україна. URL: <http://www.zoda.gov.ua/images/article/original/000080/80861/tekst-dopovidi.pdf>.

19. Бойтесь лени, а не роботів. Чему стоїть вчитися, чтобы оставаться востребованным в современном мире. URL: <http://nv.ua/society/bojtes-svoej-leni-a-ne-robotov-kolumnisty-nv-rasskazali-chemu-uchitsja-i-kak-ostavatsja-konkurentnym-v-sovremennom-mire-2218422.html>.

20. Україна і світ: 2030. URL: http://nv.ua/ukr/project/s_ukraina-i-mir-2030.html.

МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ УРЕГУЛЮВАННЯ ЗА УМОВ ЖОРСТКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

MIGRATORY PROCESSES AND THEIR SETTLEMENT IN CONDITIONS OF HARD ECONOMIC CRISIS AND EUROINTEGRATION

Проаналізовано міграційний рух населення України за роки державної незалежності. Розглянуто заходи та завдання державної міграційної політики, шляхи і методи регулювання зовнішніх міграцій населення. Сформульовано пропозиції, які стосуються перспективних та дієвих заходів державної міграційної політики України щодо впорядкування міграційного простору, регулювання міграційного руху населення з позицій національних пріоритетів і регіональних особливостей.

Ключові слова: міграції, міграційні процеси, вимушені внутрішні переселення, міграційні виклики, державна міграційна політика.

Проанализировано миграционное движение населения Украины за годы государственной независимости. Рассмотрены мероприятия и задания государственной миграционной политики, пути и методы регулирования внешних миграций населения. Сформулированы предложения, которые касаются перспективных и действенных мер государственной миграционной

политики Украины по упорядочению миграционного пространства, регулирования миграционного движения населения с позиций национальных приоритетов и региональных особенностей.

Ключевые слова: миграции, миграционные процессы, межгосударственные миграции, вынужденные внутренние переселения, миграционные вызовы, государственная миграционная политика.

The migratory movements of population of Ukraine during the years of state independence are analysed. Measures and tasks of public migratory policy, ways and methods of adjusting of external migrations of population are considered. Proposals concerning perspective and effective actions of the state migratory policy of Ukraine in regulating migratory movement of the population from the positions of national priorities and regional peculiarities are formulated.

Key words: migration, migratory processes, interstate migration, forced internal migrations, migratory challenges, state migration policy.

УДК 314.743

Смутчак З.В.

к.е.н., доцент

Кіровоградська льотна академія

Національного авіаційного університету

Постановка проблеми. Міграційні процеси в Україні сьогодні по-різному справляють свій вплив на її демографічний розвиток, участь у міжнародному поділі праці, виході на європейський та світові ринки, соціальну та національну безпеку. Ця обставина зараз набуває особливої актуальності, оскільки Україна у червні 2014 р. підписала Угоду про асоціацію з ЄС. Слід зазначити, що основне стратегічне завдання полягає у збереженні державного суверенітету, територіальної цілісності України й інтеграції в європейський економічний і міграційний простір, забезпеченні наблизених до світових стандартів якості і тривалості життя, реалізації прав і свобод громадян. Аналіз і облік сучасних міграційних тенденцій у нашій державі в контексті участі України в європейському та світовому міграційному просторі розглядається як один із важливих факторів формування власної національної політики. Ця проблема й безпосередньо, й опосередковано знаходиться в площині національної безпеки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Темі української еміграції, причинам її виникнення, наслідкам та можливостям стабілізації присвячено чимало праць вітчизняних учених, серед яких особливу увагу привертають дослідження А. Круглашова, М. Романюка, Е. Лібанової, Т. Лупула, Л. Лук'янової, О. Малиновської, В. Макара, І. Маркова та ін. [1; 4; 8; 9].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження міграційних процесів в Україні за умов

економічної кризи та інтеграції до європейського простору, а також реалізації заходів державної міграційної політики щодо їх попередження і розв'язання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімка активізація міжнародної мобільності населення України, що відбувається за умов глобалізації та наростання інтенсивності світових міграцій, висуває актуальну проблему – регулювання міграційних процесів, надання їм організованого, безпечного та неконфліктного характеру.

Виходячи зі свого географічного положення та особливостей соціально-економічного розвитку, а також розвитку ринку праці і рівня заробітної плати в країні, Україна є активним учасником міжнародних економічних процесів і однією з найбільших країн – донорів робочої сили в Європі. В умовах соціально-економічної кризи роль трудових міграцій як джерела зниження напруги на місцевих ринках праці істотно зростає.

Щодо загальних показників міграції, то, за даними офіційної статистики, за часи незалежності в результаті міждержавної міграції Україна втратила більше ніж 500 тис. осіб. У перші роки розпаду Радянського Союзу відбувається активний міграційний обмін між його колишніми республіками. На початку цього періоду, в 1991–1992 рр., в Україні спостерігався найбільший за всю її післявоєнну історію міграційний приріст, тоді як наступні роки (аж до середини 2000-х) характеризувалися масштабною еміграцією (рис. 1).

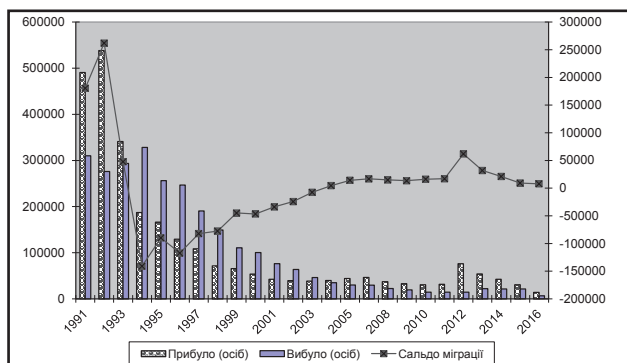


Рис. 1. Міграційний рух населення України (1991–2016 рр.)

Джерело: складено за [2]

За роки державної незалежності в період реформування економіки і трансформації всієї соціально-економічної системи, а також у зв'язку з демократизацією суспільного життя, економічною кризою і падінням життєвого рівня переважною більшістю населення країни характер, обсяги, склад і спрямованість внутрішніх і зовнішніх міграційних потоків зазнали істотних змін і набули нового значення [1].

Ці зміни полягають у тому, що скоротилися до мінімуму обсяги щоденних потоків трудової мятникової міграції, практично припинився масовий відтік сільських жителів у міста, а натомість має місце часткова переорієнтація міграційних потоків населення з міських поселень у сільську місцевість. У десятки разів зросли обсяги сезонної трудової міграції та зовнішніх трудових поїздок за кордон.

Складними і дуже часто взаємопов'язаними є проблеми зовнішніх міграцій населення України у цілому та її регіонів зокрема. За роки державної незалежності можна виділити три основні періоди міждержавних міграційних переміщень населення: 1991–1993 рр.; 1994–2004 рр.; 2005–2015 рр.

Проблемою українського ринку праці є надмірна трудова еміграція (за різними оцінками, від 2 до 7 млн. осіб). Близько 80% трудових емігрантів працюють за кордоном нелегально, хоча із 13 країнами світу Україна підписала двосторонні міждержавні угоди щодо працевлаштування емігрантів, а з 15-ма ведуться переговори.

Зауважимо, що Концепція державної міграційної політики України спрямована на забезпечення ефективного державного управління міграційними процесами, створення умов для сталого демографічного та соціально-економічного розвитку держави, підвищення рівня національної безпеки шляхом запобігання виникненню неконтрольованих міграційних процесів та ліквідації їх наслідків, узгодження національного законодавства у сфері міграції з міжнародними стандартами, посилення соціального та правового захисту громадян Укра-

їни, які перебувають або працюють за кордоном, дотримання принципів захисту інтересів України, а також те, що становить загрозу національній безпеці країни: нелегальна міграція; загострення демографічної кризи; від'їзд за межі України вчених, фахівців, кваліфікованої робочої сили [3].

До розв'язання проблеми регулювання трудової міграції населення за кордон необхідно залучати і приватні агентства та організації, що здійснюють експорт робочої сили, забезпечивши контроль над їхньою діяльністю Державної міграційної служби.

Доцільним є внесення змін до двосторонніх угод з основними країнами-реципієнтами щодо розширення міграційних квот, визначити ступінь їхньої дієвості й ефективності в регулюванні трудової міграції, а з рештою країн укласти такі угоди. Наявність цих угод та внутрішніх нормативно-правових документів, а також інші заходи міграційної політики дадуть змогу ефективніше регулювати трудові міграційні процеси, стримувати нелегальну міграцію, зберегти висококваліфікований трудоворесурсний потенціал, забезпечивши йому надійний соціальний захист, і водночас поповнити державний бюджет країни.

Велике значення для налагодження ефективних міграційних потоків має співробітництво з МОМ, членами якої є 46 держав і яка за 40 років своєї діяльності брала участь у долях майже 5 млн. осіб. Ця організація забезпечує впорядковану і планову міграцію, має сформовану організаційну структуру, веде обмін досвідом і надає потенційним мігрантам і державним організаціям інформацію щодо ситуації на ринку праці тієї чи іншої країни, у тому числі щодо професій, кваліфікацій, умов найму [4].

Серйозною соціально-економічною проблемою у сфері міграції є розроблення системи виплати пенсій під час роботи за кордоном, а також уніфікація пенсійного законодавства у цілому. Україна досі не уклала відповідних двосторонніх угод навіть із країнами СНД. Окрім того, для правового забезпечення міждержавної міграції Україна має приєднатися до міжнародних угод, конвенцій із цивільного та кримінального права, медичного обслуговування, страхування [5].

А втім, тут потрібно зважати на той факт, що політика західних країн нерідко має кон'юнктурний характер.

Необхідний перехід до гнучкої міграційної політики передбачає, насамперед, створення спеціалізованих бірж праці, які б взяли на себе посередницькі функції під час наймання українських громадян для роботи за кордоном, відповідали б за забезпечення їх інтересів на зарубіжних ринках праці, вибирали місця праці, укладали контракти (індивідуальні і колективні), гарантували дотримання зобов'язань сторони, що приймає. Аби запобігти обману українських громадян

та їхній дискримінації, доцільно було б одночасно зі створенням спеціалізованих бірж праці з міжнародною сферою діяльності заборонити і поставити під суворий міжнародний контроль усіляку іншу посередницьку діяльність із наймання наших громадян за кордоном, влаштовану недобросовісною рекламою, ця діяльність стимулює міграційні очікування і часто обертається незаконною торгівлею «живим товаром» із порушенням прав особистості [7].

І ще одна проблема: щоб бути конкурентоспроможним, мігрантові необхідно знати мову країни, в яку він в'їжджає. Дослідження показують, що тільки 1% серед бажаючих працювати за кордоном за контрактом тією чи іншою мірою володіє іноземною мовою. І тут держава також може надати допомогу, організувавши спеціальні курси для тих, хто виїжджає працювати за кордон.

Після приєднання України до Європейської конвенції з прав і основних свобод людини, яка встановлює, зокрема, право громадянина залишати рідну країну, у тому числі й для працевлаштування, постала нагальна потреба у тому, щоб виробити необхідні правові гарантії захисту інтер-

есів тих, хто перебуває на роботі за кордоном. Такі гарантії можуть бути забезпечені або приєднанням до багатосторонніх міжнародних угод з укладенням двосторонніх договорів стосовно трудової еміграції, або шляхом удосконалення відповідного внутрішнього законодавства.

Після підписання у повному обсязі та ратифікації Європейської соціальної хартії наступним кроком може стати приєднання до Європейської конвенції про правовий статус працівників-емігрантів (1977 р.), яку на разі підписали й ратифікували вісім країн – членів Ради Європи (Франція, Італія, Нідерланди, Норвегія, Португалія, Іспанія, Швеція, Туреччина), і підписали, але ще не ратифікували Бельгія, Греція, Люксембург, Німеччина.

Разом із тим можна вважати передчасним приєднання України до Конвенції ООН про захист прав усіх працівників-мігрантів і членів їхніх сімей (1990 р.), яку підписали лише 12 країн, що розвиваються. За наявних умов наші громадяни не можуть скористатися передбаченим у цьому документі механізмом захисту, бо основні потоки трудової міграції з України спрямовані до розвинутих індустріальних країн [6].

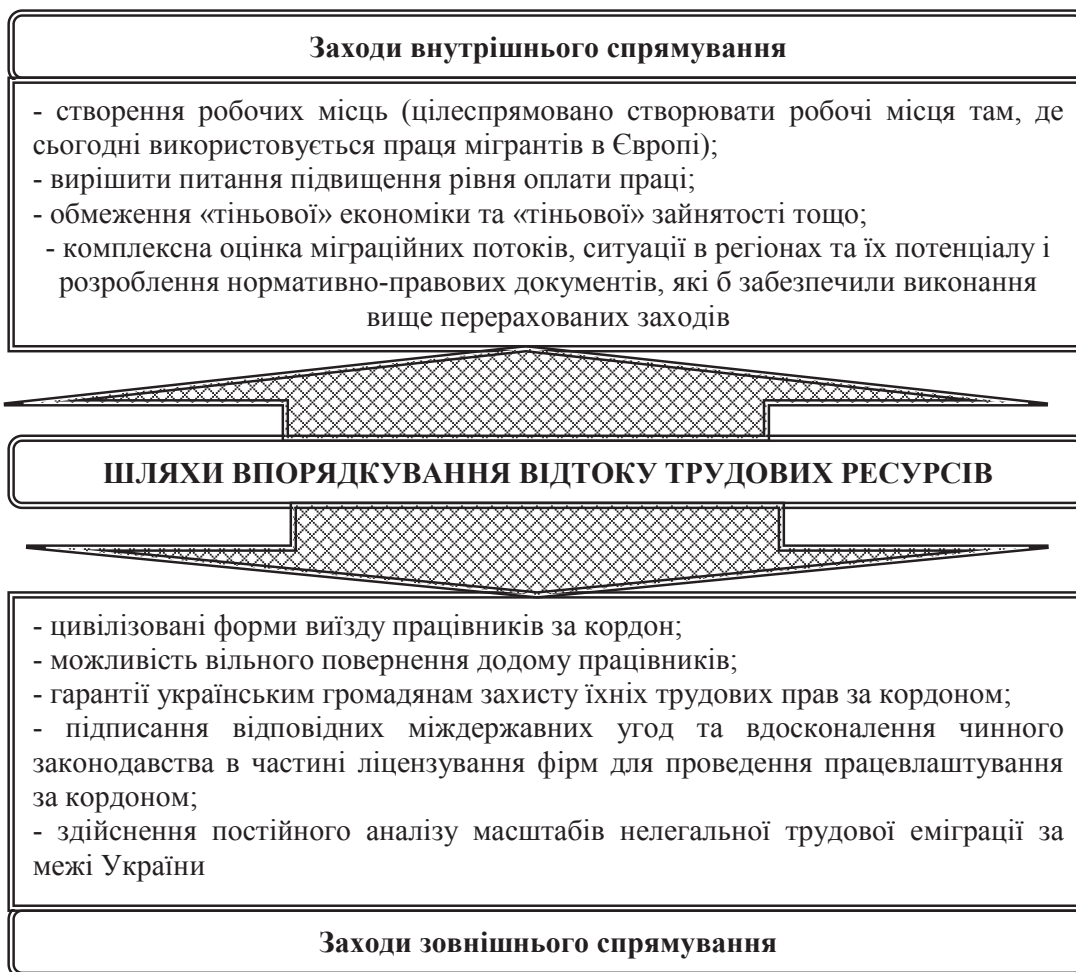


Рис. 2. Шляхи впорядкування відтоку трудових ресурсів

Джерело: складено за [6]

Головні шляхи вирішення проблеми міграції в Україні, які включають у себе заходи внутрішнього і зовнішнього спрямування, відображено на рис. 2.

Сьогодні також особливою актуальністю вирізняються проблеми щодо здійснення заходів з облаштування та працевлаштування вимушених переселенців з анексованого Криму, Донецької та Луганської областей, охоплених гібридною війною, підтримки українців, що проживають у країнах СНД, Балтії та далекого зарубіжжя, врегулювання статусу кримськотатарського народу, співпраці з міжнародними організаціями у протидії і боротьбі з нелегальною міграцією, облаштування кордонів, приведення українського міграційного законодавства у відповідність до вимог міжнародних норм і принципів міграції, врегулювання інтенсивних потоків зовнішньої трудової міграції, соціального та правового захисту українських громадян, які працюють за кордоном, і попередження впливу інтелектуального потенціалу.

Зазначимо, що вирішальна роль у регулюванні трудових міграційних процесів як загалом в Україні, так і в її регіонах належить управлінню соціально-економічними факторами, тобто такими умовами життя і трудової діяльності людей, які можуть змінюватися в результаті перерозподілу коштів держбюджету, фонду заробітної плати, суспільних форм споживання. За нинішніх умов міграційна політика держави має досить ретельно відстежувати міграційні процеси, їх сучасні тенденції й явища, оперативного реагувати на зміни та контролювати їх для підпорядкування загальнонаціональним і регіональним інтересам, особистим потребам мігрантів та у цілому сприяти забезпеченню національної безпеки України.

Висновки з проведеного дослідження.

Сучасний світ постає сьогодні як складне полісистемне утворення, що динамічно розвивається. Глобалізація призвела до активізації всіх форм міжнародної взаємодії і, зокрема, поставила на новий щабель таку форму, як еміграція робочої сили, яка виступає важливим складником міжнародних економічних відносин.

Отже, швидка інтенсифікація міжнародних міграційних процесів, про що свідчать цифри Міжнародної організації праці (у 2015 р. у всьому світі налічувалося 244 млн. міжнародних мігрантів, а

у 1990 р. – 154,2 млн.), разом з урізноманітненням складу міграції, її характеру та напрямів перетворила це явище на одне з найбільш визначальних для сучасного людства. Хоча переміщення людей були завжди присутні в історії цивілізацій, міграційні процеси ніколи раніше так масштабно не впливали на економіку, політичне та соціальне життя, культурну сферу і країн-реципієнтів, і країн-донорів.

Із кожним роком чисельність українських мігрантів збільшується. Україна по праву вважається однією з найбільших країн – донорів трудових ресурсів. Проблема полягає у тому, що в нашій державі не ведеться статистика щодо реальної кількості українських громадян, які працюють за кордоном. Немає також реальних даних щодо обсягів міграції. Це спотворює картину міграційних процесів в Україні, унеможлиблює ефективне їх регулювання і потребує більшої уваги уряду на цю проблему, що й визначає перспективи подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Smutchak Z. Migratory Threats to National Security of Ukraine: Current Challenges and Ways of Regulation. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2016. Vol. 2. № 3. С. 107–112.
2. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua/.
3. Про Концепцію Державної міграційної політики: Указ Президента України № 622/2011 від 30.05.2011. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/622/2011>.
4. Лук'янова Л.М. Проблеми і перспективи розвитку зовнішньої трудової міграції в Україні. URL: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/10_1.pdf.
5. Румянцев А.П. Міжнародна економіка. К.: МАУП, 1999. 104 с.
6. Сухоруков А. Проблеми міграційних процесів України. *Економіка України*. 2003. № 8. С. 26–33.
7. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А.С. Філіпенко, В.С. Будкін та ін. К.: Либідь, 2002. 470 с.
8. Малиновська О.А. Політика сусідніх країн щодо співвітчизників як інструмент поповнення людських ресурсів: виклики та уроки для України. *Стратегічні пріоритети*. 2013. № 3(28). С. 138–146.
9. Зовнішні трудові міграції населення України / за ред. Е.М. Лібанової, О.В. Позняка. К.: РВПС України НАН України, 2002. 206 с.

МОДЕЛЬ БАЛАНСУ БАНКУ У ВИГЛЯДІ МАКРОБАЛАНСОВИХ СТАТЕЙ АКТИВІВ ТА ПАСИВІВ

MACROBALANCED STATEMENTS OF ASSETS AND LIABILITIES AS THE BANKING MODEL OF BALANCE

Стаття присвячена дослідженню структурованої моделі балансу банку у вигляді макробалансових статей активів та пасивів, що згруповуються у такі макрогрупи, як декларативно-нульова, декларативно-розрахункова і розрахункова. Визначено основні терміни для побудови трансфертної ціни ресурсів, і в межах агрегованих макрогруп застосовуються трансфертні ставки відповідно до умовних продажів та купівлі ресурсів від філій та бізнесів. Представлено методику, яка регламентує порядок визначення ціни умовної купівлі (продажу) ресурсів за видами валют для оцінки ефективності діяльності структурних підрозділів банку та його установ.

Ключові слова: трансфертна ціна, стимулююча маржа, процентна ставка, активи, пасиви.

Статья посвящена исследованию структурированной модели баланса банка в виде макробалансовых статей активов и пассивов, которые группируются в такие макрогруппы, как декларативно-нулевая, декларативно-расчетная и расчетная. Определены основные термины для построения трансфертной цены ресурсов, и в пределах агрегированных макрогрупп применяются

трансфертные ставки в соответствии с условными продажами и покупками ресурсов от филиалов и бизнесов. Представлена методика, которая регламентирует порядок определения цены условной купли (продажи) ресурсов по видам валют для оценки эффективности деятельности структурных подразделений банка и его учреждений.

Ключевые слова: трансфертная цена, стимулирующая маржа, процентная ставка, активы, пассивы.

The article is devoted to the study of the structured model of the bank's balance in the form of macrobalanced articles of assets and liabilities that are grouped in the appropriate macro groups: declarative-zero, declarative-settlement and settlement. The main terms for constructing the transfer price of resources are defined and transfer rates are applied within the aggregated macrogroup in accordance with conditional sales and purchases of resources from branches and business. A methodology is presented that regulates the procedure for determining the price of conditional purchase (sale) of resources by types of currencies to assess the effectiveness of the activities of structural units of the bank and its institutions.

Key words: transfer price, stimulating margin, interest rate, assets, liabilities.

УДК 657.6

Гриджук Д.М.

к. е. н., доцент кафедри банківської справи Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Постановка проблеми. Трансфертне ціноутворення – це система оцінки внутрішньої вартості ресурсів у системі банку, відповідно до якої здійснюються операції з використання ресурсів шляхом їх купівлі-продажу між казначейством та центрами прибутку. За допомогою трансфертного ціноутворення банк може визначати внесок окремих напрямів бізнесу, наприклад різних видів залучення ресурсів (депозити, векселі) та різних форм їх розміщення (кредити, міжбанківські кредити, цінні папери) в результати діяльності банку. Цей механізм допомагає також оцінити ефективність роботи філій та інших відокремлених підрозділів банку. Трансфертні ціни слугують відносними ставками для розрахунку процентних доходів від окремих угод, продуктів, сегментів ринку або підрозділів банку. Вони також дають змогу перенести ризику ліквідності і процентних ставок від функціональних підрозділів банку до казначейства.

Таким чином, трансфертне ціноутворення є інструментом, за допомогою якого всередині банку розподіляються витрати, необхідні для залучення ресурсів. Казначейство банку купує ресурси за спеціально встановленою процентною

ставкою (трансфертною ціною) у тих підрозділів, які їх залучають, та продає тим підрозділам, які здійснюють активні операції. Отже, трансфертне ціноутворення є одним з механізмів зменшення банківського ризику [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методи трансферного ціноутворення та наслідки його впровадження у вітчизняних банках досліджуються у працях О. Барановського [2], П. Дзюби [3], Т. Ларікової [4], М. Макаренка [5], А. Мельника [6], М. Панова [7], Т. Савченка [8], В. Селезньової [9] та інших науковців. Трансфертна ціна в банківській діяльності – це специфічний вид ціни на фінансові ресурси, яка встановлюється на внутрішньому ринку банківської установи з урахуванням принципів справедливого розподілу фінансового результату, підпорядкованості стратегічним цілям, мотивації менеджерів для прийняття рішень, автономності центрів відповідальності, взаємовигідної для учасників, інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень [10, с. 282]. Трансфертне ціноутворення – процес обґрунтованого встановлення цін на фінансові ресурси, що акумулюються та розподіляються між різними струк-

турними підрозділами [11, с. 65]. Трансфертне ціноутворення – явище складне та різнобічне, яке пов'язане з необхідністю обґрунтування розміру ціни фінансових ресурсів та процесами управління банком [10, с. 283]. Розраховується трансфертна ціна щодо залучення казначейством ресурсів у центрів відповідальності як граничні альтернативні витрати щодо залучення ним аналогічних ресурсів у ключового сегменту, причому граничні витрати казначейства дорівнюють цій трансфертній ціні [12, с. 28].

Постановка завдання. Метою статті є розробка структурованої моделі балансу банку у вигляді макробалансових статей активів та пасивів, що згруповуються у відповідні мікрогрупи, в межах яких застосовуються трансфертні ставки умовних продажу та купівлі ресурсів від філій та бізнесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зазначимо, що основна методика визначення трансфертної ціни ресурсів базується на основних принципах централізованої моделі управління ліквідністю банку:

- управління дохідністю банку об'єднує (купує) всі пасиви центрів прибутку з подальшим централізованим перерозподілом (продажем) їх активи центрів прибутку, при цьому виключається їх самофінансування;
- купівля ресурсів управлінням дохідністю банку здійснюється за трансфертними цінами в розрізі строків залучення пасивів;
- трансфертні витрати щодо купівлі ресурсів загалом по банку дорівнюють трансфертним доходам від продажу ресурсів;
- надлишок або дефіцит ресурсів вкладається чи фінансується казначейством банку на міжбанківському ринку України;
- казначейство банку замикає на собі ризик поточної ліквідності та виконання норм обов'язкового резервування коштів на кореспондентському рахунку в НБУ.

Визначимо основні терміни для побудови трансфертної ціни ресурсів.

1) Трансфертна ціна BID – процентна ставка, за якою управління дохідністю банку купує ресурси у центрів прибутку.

2) Трансфертна ціна OFFER – процентна ставка, за якою управління дохідністю банку продає ресурси центрам прибутку для фінансування їх активів.

3) Стимулююча маржа Мстим. – ставка, яка вводиться окремо по кожному виду пасиву (активу) по часовій групі та кожній валюті з метою фінансового підсилення зацікавленості центрів прибутку в залученні ресурсів з пріоритетними строками.

4) Спеціальний банківський продукт управління дохідністю – депозитний вклад, для якого встановлюються особливі умови залучення коштів для

подальшого розміщення на фінансових ринках казначейством банку.

5) Часова група – певний проміжок часу, на який залучається зобов'язання, або розміщується актив.

Наголосимо на тому, що для створення системи трансфертних цін необхідно побудувати модель балансу банку у вигляді макробалансових статей активів та пасивів, виділивши 3 макрогрупи пасивів (декларативно-нульова, декларативно-розрахункова, розрахункова) та, відповідно, аналогічні 3 макрогрупи активів, причому трансфертні ціни (встановлюються у відсотках річних) визначаються загалом по системі банку по таких валютах, як українська гривня, долар США, євро, інші валюти.

Розглянемо пасиви, згруповані в декларативно-нульову макрогрупу, а саме резерви та валютні позиції. Цій групі встановимо відповідну їй ставку BID 1, за якою виконується умовна купівля ресурсів від філій та бізнесів за порядком визначення 0%.

Пасиви, згруповані в декларативно-розрахункову макрогрупу та відповідну їй ставку BID2, за якою виконується умовна купівля ресурсів від філій та бізнесів, можна представити у такому вигляді:

- кредиторська заборгованість (порядок визначення: до запитання);
- нараховані витрати (порядок визначення: до запитання);
- зареєстрований статутний капітал банку (порядок визначення: рівень плати по дивідендах (не менше 25% від запланованого чистого прибутку на поточний рік) та фактичний статутний капітал плюс стимулююча маржа);
- позитивний фінансовий результат за місяць, що передує звітному (порядок визначення: середня ставка за попередній місяць за активними операціями загалом по банку);
- інші пасиви (порядок визначення: до запитання).

Зауважимо, що розмір трансфертної ціни BID2 для таких ресурсів «до запитання», як кредиторська заборгованість, нараховані витрати та інші пасиви, встановлюється на рівні середнього розміру відсоткової ставки по залишках на поточних рахунках клієнтів за минулий місяць по банку загалом, розрахованої управлінням дохідністю.

Розглянемо методику формування трансфертної ціни залучення ресурсів BID. В основу трансфертної ціни залучення ресурсів BID 2-ї та 3-ї макрогруп покладено максимальну (індикативну) ставку залучення, встановлену Комітетом по управлінню активами і пасивами (КУАП) у даній валюті за залишками на поточних рахунках клієнтів (юридичних осіб), строкових депозитів фізичних та юридичних осіб.

Максимальна процентна ставка по основних валютах у межах кожної групи пасивів 2-ї та 3-ї макрогруп визначається останнім рішенням КУАП щодо затверджених ставок на продукти залучення коштів від юридичних та фізичних осіб. Процентна ставка за обсяг статутного капіталу, який створено за рахунок додаткових внесків акціонерів банку, розраховується відповідно до чинної Дивідендної політики банку з огляду на рівень плати за дивіденди (не менше 25% від запланованого чистого прибутку банку на поточний рік) та фактично статутного капіталу.

Відзначимо, що Пасиви, згруповані в розрахункову макрогрупу та відповідну їй ставку ВІД 3, за якою виконується умовна купівля ресурсів від філій та бізнесів, представляються у вигляді:

- короткострокових МБК, зокрема НБУ (порядок визначення: угода плюс стимулююча маржа);
- довгострокових МБК, зокрема НБУ, а також Субординованого боргу банку (порядок визначення: угода плюс стимулююча маржа);
- коштів від інших фінансових установ (порядок визначення: Рішення Правління або КУАП плюс стимулююча маржа);
- довгострокових кредитів, що отримані від ДІУ (порядок визначення: на рівні %, зазначених у договорах рефінансування за кредитами);
- строкових депозитів юридичних, фізичних осіб та бюджетів, а також Коштів до запитання інших банків (порядок визначення: Рішення Правління або КУАП плюс стимулююча маржа);
- поточних коштів бюджету (порядок визначення: угода плюс стимулююча маржа);
- ЦП власного боргу (зокрема, облігації, сертифікати) (порядок визначення: Вартість строкового депозиту на відповідний період до терміну оферти або на термін, зазначений в договорі, плюс стимулююча маржа);
- коштів на поточних рахунках юридичних осіб (порядок визначення: а) на рівні собівартості по банку загалом плюс стимулююча маржа; б) на рівні фактичної собівартості, але не більше максимального відсотка по діючих індикативних ставках по даному виду пасиву плюс стимулююча маржа);
- коштів на поточних рахунках фізичних осіб (порядок визначення: Рішення Правління або КУАП плюс стимулююча маржа за умови Min % по строкових депозитах юридичних осіб до одного року).

Відзначмо, що з другого місяця поточного року установи банку отримують плату за позитивний фінансовий результат місяця, що передує звітному, за трансфертною ціною ВІД на рівні середньої процентної ставки за активними операціями, яка склалась загалом по банку за попередній місяць. Нарахування плати за перший місяць поточного року не здійснюється.

З метою підсилення зацікавленості центрів прибутку у залученні ресурсів на пріоритетні для

банку терміни окремо по кожній групі ресурсів (у розрізі основних валют) під час визначення ціни ВІД до індикативної ставки додається стимулююча маржа (Мстим.), розмір якої до 15 січня звітного року розраховується управлінням дохідності та затверджується Комітетом.

В разі необхідності розмір стимулюючої маржі переглядається управлінням дохідності, а також за погодженням з казначейством та управлінням ризиками розмір виноситься на затвердження Комітетом.

Таким чином, стимулююча маржа (Мстим.) встановлюється рішенням Комітету для 3-ї групи пасивів (в розрізі основних валют) на основі пропозицій управління дохідністю, казначейства банку та управління ризиками окремо по кожній групі ресурсів (в розрізі основних) з урахуванням таких факторів:

- розриви (GAP) між обсягом активів та пасивів по часових групах (в розрізі основних валют та загалом);
- пріоритетність строків залучення пасивів для реалізації запланованих кредитно-інвестиційних проектів;
- рівень вартості ресурсів.

Наголосимо на тому, що за умовної купівлі ресурсів, які залучені за індивідуальними процентними ставками, розмір стимулюючої маржі (Мстим.) визначається окремим рішенням Правління банку або КУАП. Тоді формула розрахунку трансфертної ціни ВІД приймає такий вигляд:

$$\text{ВІД} = \text{Стах} + \text{Мстим.},$$

де ВІД – трансфертна ціна; Стах – максимальна (індикативна) ставка в зазначеній валюті, встановлена КУАП для банківських продуктів по залученню коштів фізичних або юридичних осіб в межах однієї групи;

Мстим. – стимулююча маржа; зауважимо, що під час розрахунку індикативної ставки застосовується теорія ймовірностей [13].

Загалом розрахункові трансфертні ціни ВІД застосовуються для умовного викупу:

- залучених міжбанківських кредитів та депозитів (зокрема, в НБУ), поточних коштів бюджету, субординованого боргу банку (трансфертна ціна визначається рівнем ставок, що передбачені угодами);
- коштів до запитання інших банків, строкових депозитів (фізичних осіб, юридичних осіб), коштів від інших фінансових установ, цінних паперів власного боргу (застосовуються трансфертні ціни ВІД, встановлені декларативно рішенням Правління банку (з подальшим уточненням Комітетом) за поданням управління дохідністю);
- коштів на поточних рахунках юридичних осіб (трансфертна ціна визначається так: за 50% залишків на поточних рахунках юридичних осіб, тобто на рівні собівартості даних ресурсів

по банку загалом; якщо собівартість ресурсів на поточних рахунках юридичних осіб окремої установи більше, ніж собівартість по банку загалом, то розрахунок ціни BID за залишки на таких рахунках проводиться на рівні фактичної їх собівартості, але не більше максимального відсотка, встановленого індикативними ставками, затвердженими Правлінням банку або Комітету за даним видом пасиву; за інші 50% залишків на поточних рахунках юридичних осіб трансфертна ціна BID встановлюється на рівні, який за поданням департаменту корпоративного бізнесу та управління доходністю затверджується Комітетом по управлінню активами і пасивами банку);

– коштів на поточних рахунках фізичних осіб (трансфертна ціна визначається так: за 50% залишків на поточних рахунках на рівні собівартості таких ресурсів установи банку; за інші 50% залишків на поточних рахунках на рівні мінімальної ставки за депозитами юридичних осіб на термін до одного року).

Під час визначення плати за трансфертною ціною BID за залишки коштів на поточних рахунках юридичних осіб у національній валюті проводиться коригування середніх залишків на обсяг ресурсів понад 10 млн. грн., які надійшли на поточні рахунки клієнтів установ банку після 17.00 поточного робочого дня і були виведені клієнтами з рахунків на наступний робочий день. Трансфертна ціна BID за такі ресурси встановлюється на рівні їх фактичної собівартості без застосування стимулюючої маржі.

Щодо обсягу пасивів, які купуються і обсяг яких зменшується на норматив обов'язкового резервування, то в разі дострокового (повного або часткового) вилучення депозиту проводиться коригування трансфертного результату установи за місяць, у якому відбулося вилучення, на обсяг фактично перерахованих відсотків клієнту згідно з умовами депозитного договору. З іншого боку, якщо протягом дії депозитного договору змінюється ставка за депозитом без зміни кінцевого терміну дії договору, під час розрахунку трансфертної ціни BID індикативною можна вважати

ставку, зазначену в додатковій угоді до основного договору та затверджену протоколом КУАП або постановою Правління банку із застосуванням при цьому стимулюючої маржі, затвердженої КУАП на кожний розрахунковий період.

Розглянемо трансфертну ціну розміщення ресурсів OFFER.

Представимо активи, згруповані в декларативно-нульову макрогрупу та відповідну їй ставку OFFER1, за якою виконується умовний продаж ресурсів від філій та бізнесів:

- довгострокові вклади, основні засоби та нематеріальні активи;
- нараховані доходи за молодіжними кредитами;
- валютна позиція;
- кошти в НБУ.

В табл. 1 представлено активи, згруповані в декларативно-розрахункову макрогрупу та відповідну їй ставку OFFER2, за якою виконується умовний продаж ресурсів від філій та бізнесів. Водночас варто зауважити, що трансфертна ціна розміщення ресурсів OFFER враховує трансфертну вартість ресурсів, яка склалася загалом по банку, а також приналежність активу до певної макрогрупи.

Загалом трансфертні ціни OFFER для фінансування 1-ї та 2-ї макрогруп активів встановлюються декларативно рішенням КУАП банку згідно з табл. 2, 3. Ціна OFFER для фінансування 2-ї макрогрупи активів (дебіторська заборгованість до 31 дня, готівкові кошти в межах ліміту, затвердженого КУАП банку, банківські метали та інші активи) встановлюється на рівні цін BID за пасивами «до запитання». Підкреслимо, що установи банку не сплачують за трансфертною ціною OFFER за середній обсяг нарахованих і несплачених клієнтом доходів, за якими сформовано резерв.

Водночас під час розрахунків за передані однією установою банку іншій матеріальні активи на відповідальне зберігання плата за такими ресурсами відображається на витратах тієї установи, яка передала зазначені матеріальні активи.

Таблиця 1

Декларативно-розрахункова макрогрупа та відповідна їй ставка OFFER2

Активи, згруповані в макрогрупи	Порядок визначення
Нараховані доходи	Середня ставка за попередній місяць за активними операціями загалом по банку (крім нарахованих доходів по ОВДП та по корпоративних облігаціях – 0%).
Готівкові кошти, банківські метали, дебіторська заборгованість до 31 дня	На рівні собівартості ресурсів «до запитання» за попередній місяць.
Дебіторська заборгованість понад 31 дня	Плата за актив, за яким виникла дебіторська заборгованість.
Від'ємний фінансовий результат за місяць, що передуює звітному	Середня ставка за попередній місяць за активними операціями загалом по банку.
Необоротні активи, утримувані для продажу	Рішення Правління.
Інші активи	До запитання.

Джерело: розроблено автором

Варто відзначити, що з другого місяця поточного року установи банку сплачують за від'ємний фінансовий результат місяця, що передує звітному, за трансфертною ціною OFFER на рівні середньої процентної ставки за активними операціями, яка склалась загалом по банку за попередній місяць, причому нарахування плати за перший місяць поточного року не здійснюється.

В табл. 2 представлено активи, згруповані в розрахункову макрогрупу та відповідну їй ставку OFFER3, за якою виконується умовний продаж ресурсів від філій та бізнесів.

Щодо трансфертної ціни OFFER3 (табл. 2), то фінансування 3-ї макрогрупи активів, а саме казначейських та інших цінних паперів, що рефінансуються НБУ, цінних паперів, емітованих НБУ, довгострокового МБК (зокрема, в НБУ) та короткострокового МБК (зокрема, НБУ), коштів в інших банках, визначається рівнем ставок, що передбачені угодами.

Винятком є трансфертна ціна OFFER4 для фінансування 3-ї макрогрупи активів (кредити клієнтам, акції, цінні папери з нефіксованим прибутком та інші цінні папери в портфелі банку), яка визначається рівнем ставок, встановленим КУАП.

В табл. 3 представлено активи, згруповані в розрахункову макрогрупу та відповідну їй ставку OFFER4, за якою виконується умовний продаж ресурсів від філій та бізнесів.

Зауважимо, що для стимулювання вкладень в активні операції на термін наявності ресурсів управління дохідністю банку має право винести на розгляд Комітету розмір стимулюючої маржі (Мстим.) за вкладеннями на аналогічний термін.

Тоді формула розрахунку трансфертної ціни OFFER приймає такий вигляд:

$$OFFER = \text{Смін} - \text{Мстим.},$$

де OFFER – трансфертна ціна; Смін – мінімальна (індикативна) ставка в зазначеній валюті, встановлена КУАП для банківських продуктів по

Таблиця 2

Розрахункова макрогрупа та відповідна їй ставка OFFER3

Активи, згруповані в макрогрупи	Порядок визначення
Короткостроковий МБК (зокрема, в НБУ)	Угода мінус Мстим.
Довгостроковий МБК (зокрема, в НБУ)	Угода мінус Мстим.
Казначейські та інші ЦП, що рефінансуються НБУ	Угода мінус Мстим.
Кошти в інших банках	Угода мінус Мстим.
Кредити клієнтам, а саме фізичним особам	
Роздрібне кредитування, умови за яким визначені стандартами	Процентна ставка по кредиту юридичної особи на відповідний термін, затверджена Правлінням або КУАП, мінус Мстим.
Роздрібне кредитування з використання платіжних карток	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.
Кредитування на споживчі потреби та інші види кредитування	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.
Іпотечні кредити, що не рефінансовані ДІУ	На рівні % дохідності за кредитом.
Іпотечні кредити, що рефінансовані ДІУ	На рівні %, зазначених у договорах рефінансування за кредитами.
Іпотечне кредитування відповідно до Постанов Правління від 15 травня 2006 року № 709, від 30 вересня 2006 року № 1499, від 17 листопада 2006 року № 2061 (зі змінами)	На рівні дохідності за кредитом, затвердженої Постановою Правління, мінус Мстим.
Іпотечне кредитування	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.
Молодіжне кредитування	Облікова ставка НБУ на момент розрахунку плюс 5,5% річних.

Джерело: авторська розробка

Таблиця 3

Розрахункова макрогрупа та відповідна їй ставка OFFER 4

Активи, згруповані в макрогрупи	Порядок визначення
Кредити клієнтам, а саме юридичним особам	
Овернайти	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.
До трьох, шести, дев'яти місяців, до 1 року, понад року (зокрема, по лінії кредитування на підтримку малого та середнього бізнесу)	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.
інші види кредитів	Рішення Правління або КУАП
Кредити клієнтам, а саме прострочені кредити	
Акції та інші цінні папери з нефіксованим прибутком	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.
Інші ЦП	Рішення Правління або КУАП мінус Мстим.

Джерело: авторська розробка

розміщенню коштів фізичних або юридичних осіб в межах однієї групи; Мстим. – стимулююча маржа.

Зазначимо, що винятком є верхня межа трансфертної ціни *OFFER4* (у розрізі основних валют), що обмежується ставкою дохідності, визначеної Комітетом. Під час фінансування активних операцій, які здійснені за індивідуальними процентними ставками, розмір стимулюючої маржі (Мстим.) визначається окремим рішенням Правління банку або Комітету.

Потрібно зазначити, що розрахунок пільгових ставок по новостворених філіях затверджується окремим рішенням Комітету, а розрахунок трансфертної ціни для 3-ї макрогрупи пасивів *BID-3* та 3-ї макрогрупи активів *OFFER3* та *OFFER4* базується на принципі відшкодування трансфертних витрат по залученню ресурсів тими центрами прибутку, які вкладають ці кошти в активні операції. Цей принцип реалізується через рівність трансфертних доходів по залученню ресурсів трансфертним витратам по розміщенню ресурсів загалом по банку.

Таким чином, розрахунок ціни здійснюється загалом по банку в розрізі основних валют (українська гривня, долар США, євро, інші валюти) за такою формулою:

$$SBID = SOFFER,$$

де *SBID* – загальна сума трансфертних витрат;
SOFFER – загальна сума трансфертних доходів.

Потрібно зауважити, що трансфертна ціна *OFFER* визначається щомісячно на початку місяця на основі даних за попередній місяць та даних про структуру активів і пасивів поточного місяця, прогнозованих на звітний місяць. Необхідно внести корективи щодо того, що відхилення трансфертних доходів та трансфертних витрат по факту (*DS*), що можуть виникнути в такій ситуації, відноситься до управління дохідністю.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, в центрах відповідальності банку використовують метод зміни значення трансфертної ціни шляхом зміни в межах незначного демпфування відсоткових ставок, що дає можливість управління розподілу процентних доходів, причому базова ставка встановлюється на основі ставок фінансових ринків. Отже, трансфертна ціна складається із базової ставки та коригуючої надбавки.

Така методика регламентує порядок визначення ціни умовної купівлі/продажу ресурсів за видами валют для оцінки ефективності діяльності структурних підрозділів банку та його установ, при-

чому метою впровадження системи трансфертних цін є встановлення внутрішньої вартості ресурсів та визначення основи для аналізу та оцінки ефективності діяльності центрів прибутку.

Таким чином, розроблено структуровану модель балансу банку у вигляді макробалансових статей активів та пасивів, що згруповуються у відповідні макрогрупи, в межах яких застосовуються трансфертні ставки умовних продажу та купівлі ресурсів від філії та бізнесів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блудова Т., Гармидаров П. До питання управління відсотковим ризиком. Вісник НБУ. 2004. № 10. С. 68–71.
2. Барановський О. Іноземний капітал на ринках банківських послуг України, Росії та Білорусі. Вісник Національного банку України. 2007. № 9. С. 12–20.
3. Дзюба П. Трансферне ціноутворення: економічний зміст та специфіка. Економіка України. 2006. № 1. С. 14–22.
4. Ларікова Т. Методика трансфертного ціноутворення в банку. Фінанси, облік і аудит. 2008. № 12. С. 276–285.
5. Макаренко М., Савченко Т. Система трансфертного ціноутворення в комерційних банках: монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. 238 с.
6. Мельник А. Управління трансфертним ціноутворенням на підприємстві: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Харків, 2007. 19 с.
7. Панов М. Трансфертное ценообразование в процессе бюджетирования деятельности коммерческого банка. Финансовый менеджмент. 2007. № 3. С. 79–85.
8. Савченко Т. Методологічні та методичні аспекти трансфертного ціноутворення у банківських установах. Міжнародна економічна політика. 2006. № 5. С. 5–39.
9. Селезнева В. Механізм трансфертного ценообразования в многофилиальном коммерческом банке. Экономический журнал ВШЭ. 2002. № 1. С. 68–84.
10. Кузнєцова Л., Жердецька Л. Ціноутворення в банківській справі: підручник. Одеса: Атлант, 2008. 320 с.
11. Панферова О. Альтернативные подходы к трансфертному ценообразованию. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2010. № 1. С. 65–73.
12. Савченко Т. Практика трансфертного ціноутворення в банках України. Вісник НБУ. 2007. № 2. С. 26–31.
13. Блудова Т. Теорія ймовірностей: навчальний посібник. Львів: ЛБІ НБУ, 2005. 319 с.

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ КЛАСТЕРОФОРМУВАННЯ
ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ КЛАСТЕРУASSESSMENT OF THE CLUSTERING POTENTIAL AND DIRECTIONS
OF THE CLUSTER INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT

Стаття присвячена визначенню потенціалу регіонів, перспективних до створення кластерів. Проведено оцінку потенціалу кластеризації видів економічної діяльності «Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство» та «Переробна промисловість» в регіонах України за 2016 рік. За отриманими результатами визначено групу регіонів з найбільш привабливими економічними передумовами для створення кластерних об'єднань. Надано рекомендації щодо створення елементів інфраструктури як напрямку ефективного розвитку кластерів в провідних галузях економіки регіонів.

Ключові слова: регіон, галузь, потенціал кластеризації, центри інформаційної та фінансової підтримки.

Стаття посвящена определению потенциала регионов, перспективных для создания кластеров. Проведена оценка потенциала кластеризации видов экономической деятельности «Сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыбное хозяйство» и «Перерабатывающая промышленность» в регионах Украины за 2016 год. По полученным резуль-

татами определена группа регионов с наиболее привлекательными экономическими предпосылками для создания кластерных объединений. Предоставлены рекомендации по созданию инфраструктуры как направления эффективного развития кластеров в ведущих секторах экономики регионов.

Ключевые слова: регион, отрасль, потенциал кластеризации, центры информационной и финансовой поддержки.

The article is devoted to determining the potential of regions that are promising for the creation of clusters. The potential of clustering such types of economic activities as "Agriculture, Forestry and Fisheries" and "Processing Industry" in the regions of Ukraine for 2016 is assessed. According to the results obtained, a group of regions with the most attractive economic preconditions for creating cluster associations is identified. Recommendations on the creation of infrastructure as an area for the effective development of clusters in the leading sectors of the economy of regions are given.

Key words: region, industry, clustering potential, information and financial support centers.

УДК 336.71:338.13

Завадська Д.В.

к. е. н., доцент кафедри
банківської справи
Одеський національний
економічний університет

Постановка проблеми. З метою забезпечення сталого розвитку економіки України необхідним є перехід до інноваційної моделі, яка характеризується вищою продуктивністю праці, використанням сучасних технологій та сприяє підвищенню диверсифікації економіки. Світовий досвід стимулювання інноваційного розвитку демонструє широкий набір інструментів сприяння інноваційній діяльності, передбачає відмову від традиційної промислової політики та застосування кластерного підходу до організації виробництва. Основною перевагою кластерної моделі економіки є комплексність досягнення цілей економічної політики (промислової, регіональної, соціальної, зовнішньоекономічної, науково-технічної та інноваційної політики, а також політики розвитку малих та середніх підприємств), що сприяє забезпеченню підвищення рівня економічної безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню у сфері кластеризації в реальному секторі економіки присвячено праці провідних українських вчених, таких як, зокрема, О. Амоша, П. Бубенко, З. Варналій, М. Войнаренко, В. Геєць, М. Кизим, С. Ніколаєнко, Л. Ринейська [1–8], які зробили значний теоретичний внесок у формування та розвиток в Україні кластерної концепції. Вирішенням питань взаємозв'язку інноваційного та кластерного розвитку економіки займалися провідні зарубіжні дослідники, зокрема Е. Бергман, Е. Фрез, К. Петерсон, С. Розенфелд, О. Солвел [9–12]. Рекомендації в цій сфері мають

вагоме значення, адже їхня реалізація дасть змогу розробляти комплекси заходів, спрямовані на формування правил економічного розвитку відповідно до започаткованих у науково-технічному просторі Європи, основні тенденції якого зазначені у положеннях Лісабонської стратегії [13].

Постановка завдання. Нині в Україні відбуваються процеси становлення інноваційних систем, інститутів розвитку та інфраструктури підтримки підприємництва. Оскільки реалізація окремих проектів промислової диверсифікації відбувається на регіональному рівні, дедалі гострішою стає проблема інтеграції окремих інститутів розвитку та регіональних точок зростання, що визначає актуальність теми дослідження та постановки мети.

Метою статті є оцінка потенціалу регіонів, перспективних до створення кластерів, а також визначення елементів інфраструктури, спрямованих на формування умов для ефективного розвитку кластерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Засновником кластерного підходу вважається М. Портер, який зазначив, що «конкурентоспроможні національні галузі не розподілені рівномірно по всій економіці, а згруповані в те, що можна назвати «кластерами», які складаються із взаємозалежних галузей промисловості» [14]. М. Портер звернув увагу на те, що найбільш конкурентоспроможні в міжнародному масштабі компанії однієї галузі зазвичай зосереджені в одному регіоні. Це пов'язане з хвильовою природою інновацій,

що поширюються навколо найбільш конкурентоспроможних компаній, їхніх постачальників, споживачів і конкурентів [15–17]. Іноземні дослідження показують, що включення до кластеру вигідне компаніям, оскільки полегшує доступ до спеціалізованих факторів виробництва, робочої сили, специфічних знань та компетенцій [18; 19].

Поширення світового досвіду створення кластерів в Україні відбувається за активної міжнародної підтримки, зокрема проекту ЄС «Підтримка сталого регіонального розвитку», координації проектів ОБСЄ в Україні, Агентства США з міжнародного розви-

тку (USAID), українсько-німецького проекту «Сприяння економічного розвитку та зайнятості» за участю Німецького товариства технічного співробітництва в Україні, Представництва та проектів ПРООН, які забезпечують інформаційну підтримку розвитку кластерів, здійснюють кластерні дослідження та експертну підтримку на стадії формування кластерних ініціатив тощо [20].

В роботі нами застосовано методику виявлення галузевих спрямувань, найбільш перспективних з точки зору потенціалу розвитку кластеру на регіональному рівні. Для цього використано та доопрацю-

Таблиця 1

Оцінка потенціалу кластеризації галузі «Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство» в регіонах України за 2016 рік [23]

Область	Кількість суб'єктів господарювання (активних підприємств), од.	Рівень концентрації галузі	Рівень диверсифікації потенційного кластеру за середньообліковою кількістю штатних працівників	Рівень диверсифікації потенційного кластеру за валовою доданою вартістю	Рівень диверсифікації потенційного кластеру за капітальними інвестиціями	Середній рівень диверсифікації потенційного кластеру	Інтегральний індекс потенційної кластеризації
Найвищий рівень потенційної кластеризації (0,40÷0,49)							
Одеська	4 299	1,00	0,61	0,98	0,60	0,73	0,46
Дніпропетровська	3 975	1,00	0,47	0,95	0,35	0,59	0,42
Миколаївська	3 881	1,00	0,84	0,98	0,63	0,82	0,41
Високий рівень потенційної кластеризації (0,30÷0,39)							
Запорізька	2 660	1,00	0,69	0,98	0,63	0,77	0,34
Кіровоградська	3 131	1,00	0,66	0,97	0,15	0,59	0,32
Херсонська	2 420	1,00	0,78	0,97	0,66	0,80	0,32
Середній рівень потенційної кластеризації (0,20÷0,29)							
Харківська	1 964	1,00	0,47	0,95	0,43	0,62	0,29
Хмельницька	2 453	1,00	0,64	0,97	0,79	0,80	0,26
Черкаська	2 062	1,00	0,12	0,97	0,54	0,54	0,24
Чернігівська	1 192	1,00	0,51	0,98	0,70	0,73	0,24
Полтавська	2 379	1,00	0,00	0,94	0,30	0,41	0,23
Сумська	1 076	1,00	0,62	0,98	0,74	0,78	0,23
Вінницька	2 581	1,00	0,00	0,95	0,28	0,41	0,21
Житомирська	1 145	1,00	0,76	0,98	0,88	0,87	0,20
Низький рівень потенційної кластеризації (0,10÷0,19)							
Київська	2 428	1,00	0,12	0,95	0,00	0,36	0,19
Львівська	1 222	1,00	0,94	0,98	0,91	0,94	0,16
Донецька	1 334	1,00	0,85	0,00	0,96	0,60	0,15
Тернопільська	1 035	1,00	0,93	0,99	0,84	0,92	0,15
Луганська	1 042	1,00	0,93	1,00	0,96	0,96	0,10
Найнижчий рівень потенційної кластеризації (0,00÷0,09)							
Волинська	893	1,00	0,95	0,99	0,96	0,97	0,09
Рівненська	702	1,00	0,92	0,99	0,98	0,96	0,08
Івано-Франківська	799	1,00	0,97	0,99	0,98	0,98	0,06
Закарпатська	910	1,00	1,00	0,99	1,00	1,00	0,02
Чернівецька	733	1,00	0,98	0,99	0,99	0,99	0,02

вано алгоритм, заснований на принципах методології Європейської кластерної обсерваторії [21].

На жаль, сьогодні наявний інструментарій для оцінки потенціалу кластеризації та виявлення кластерів в економіці України є обмеженим через відсутність багатьох статистичних даних за видами економічної діяльності у розрізі регіонів. Відповідно до зазначеного оцінку коефіцієнтів монополізації галузі в регіоні, очищеного від можливого впливу показників одного підприємства, що домінує на локальному ринку, локалізації та відносного розміру галузі регіону здійсимо за показниками щодо кількості суб'єктів господарювання (активних підприємств), середньооблікової кількості штатних працівників, валової доданої вартості та капітальних інвестицій за видами економічної діяльності «Сільське господарство, лісове господарство та

рибне господарство» та «Переробна промисловість». Вибрані автором види економічної діяльності відповідають промисловій політиці, що складається, зокрема, зі Стратегії розвитку агропромислового виробництва товарів з підвищеною додатковою вартістю як ефективною складовою досягнення стратегічної мети економічної політики щодо виведення України у високотехнологічні промислові лідери Європи [22].

Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство. Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство є однією з перспективних галузей щодо кластерної політики через значну кількість активних підприємств за регіонами України (32,32%, або 45 316 од.) Середній індекс диверсифікації галузі в регіонах складає 0,75 (табл. 1).

Таблиця 2

Оцінка потенціалу кластеризації галузі «Переробна промисловість» в регіонах України за 2016 рік [23]

Область	Кількість суб'єктів господарювання (активних підприємств), од.	Рівень концентрації галузі*	Рівень диверсифікації потенційного кластеру за середньообліковою кількістю штатних працівників	Рівень диверсифікації потенційного кластеру за валовою доданою вартістю	Рівень диверсифікації потенційного кластеру за капітальними інвестиціями	Середній рівень диверсифікації потенційного кластеру	Інтегральний індекс потенційної кластеризації
Найвищий рівень потенційної кластеризації (0,44÷0,54)							
Харківська	2 867	1,00	0,60	0,83	0,86	0,76	0,50
Високий рівень потенційної кластеризації (0,33÷0,43)							
Київська	2 255	1,00	0,88	0,84	0,86	0,86	0,41
Запорізька	1 572	1,00	0,66	0,73	0,70	0,70	0,40
Львівська	2 041	1,00	0,80	0,93	0,71	0,81	0,40
Донецька	1 384	1,00	0,52	0,70	0,65	0,62	0,38
Середній рівень потенційної кластеризації (0,22÷0,32)							
Одеська	1 636	1,00	0,95	0,93	0,95	0,94	0,26
Дніпропетровська	2 802	1,00	0,00	1,00	0,00	0,33	0,24
Полтавська	915	1,00	0,90	0,88	0,93	0,90	0,24
Низький рівень потенційної кластеризації (0,11÷0,21)							
Вінницька	956	1,00	0,95	0,95	0,96	0,95	0,18
Черкаська	981	1,00	0,95	0,94	0,98	0,96	0,17
Житомирська	998	1,00	0,95	0,99	0,96	0,97	0,16
Івано-Франківська	940	1,00	0,98	0,99	0,95	0,97	0,14
Сумська	697	1,00	0,94	0,98	0,97	0,96	0,14
Миколаївська	779	1,00	0,96	0,98	0,97	0,97	0,13
Хмельницька	810	1,00	0,96	0,99	0,98	0,98	0,12
Найнижчий рівень потенційної кластеризації (0,00÷0,10)							
Волинська	872	1,00	0,97	0,99	0,97	0,98	0,10
Чернігівська	667	1,00	0,98	0,99	0,97	0,98	0,10
Закарпатська	623	1,00	0,96	0,99	0,98	0,98	0,09
Рівненська	664	1,00	0,98	0,99	0,98	0,98	0,09
Кіровоградська	602	1,00	0,98	0,99	0,98	0,98	0,08
Луганська	597	1,00	0,96	1,00	0,99	0,98	0,08
Тернопільська	586	1,00	0,99	0,99	0,99	0,99	0,06
Херсонська	544	1,00	0,99	0,99	0,99	0,99	0,04
Чернівецька	412	1,00	0,98	1,00	1,00	0,99	0,00

За цим напрямом підтримується лісовий та агропромисловий кластери Житомирської області, сільськогосподарський кластер Харківської області, фруктовий кластер «Подільське яблуко» та сільськогосподарський кластер «Оберіг» (об'єднання 10 агроосель) у Хмельницькому регіоні, кластер регіональної громадської організації «Перший аграрний кластер» Чернівецької області [24]. Кластерні ініціативи визначено у Вінницькій (сільськогосподарський кластер), Київській (агропромисловий кластер), Миколаївській (аграрний кластер), Одеській (агропереробний кластер), Закарпатській (кластер лісового сектору), Херсонській (агропереробний кластер) областях.

Максимальний індекс потенційної кластеризації демонструють Одеська, Дніпропетровська та Миколаївська області, де сконцентровано 12 152 активних підприємств. Розвиток кластерів галузі «Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство» також перспективний у Запорізькій, Кіровоградській та Херсонській областях, значення інтегрального індексу потенційної кластеризації яких відповідає високому рівню (0,34; 0,32 та 0,32 відповідно), а також у Харківському, Хмельницькому, Черкаському, Чернігівському, Полтавському, Сумському, Вінницькому та Житомирському регіонах, що входять до групи областей із середнім рівнем потенційної кластеризації (0,29; 0,26; 0,24; 0,24; 0,23; 0,23; 0,21 та 0,20 відповідно). Зайнятість в останній групі областей складає 42,33% по галузі. Найбільші показники диверсифікації галузі Житомирської (0,87), Миколаївської (0,82), Херсонської (0,80), Сумської (0,78), Запорізької (0,77), Одеської (0,73) та Чернігівської (0,73) областей близькі до 1, що свідчить про значний потенціал співробітництва та конкуренції між учасниками потенційних кластерів.

Переробна промисловість. У цій галузі діють переробно-харчовий кластер Вінницької області, деревообробний кластер Волинської та Рівненської областей, Національний інноваційний кластер «Нові продукти харчування» Київської області, кластер деревообробки та виробництва меблів Львівської області, регіональний кластер екологічно чистих продуктів Сумської області.

Максимальний індекс потенційної кластеризації демонструє Харківський регіон (0,50), де сконцентровано 2 867 суб'єктів господарської діяльності, що створюють та реалізують продукцію галузі переробної промисловості (табл. 2).

В Київській, Запорізькій, Львівській та Донецькій областях функціонують 7 252 активних підприємств, або 27,97%. Зазначимо, що, відповідно до методики, яка використовується автором, для створення кластеру мінімальна кількість підприємств має дорівнювати 100. Кількість суб'єктів господарювання відповідає 2 255 одиницям для Київського, 1 572 одиницям для Запорізького,

2 041 одиниці для Львівського, 1 384 одиницям для Донецького регіонів. Усереднений індекс деконцентрації галузі складає 0,75. Регіони відзначено високим рівнем до кластерних об'єднань, що підтверджують значення інтегрального індексу потенційної кластеризації (0,50; 0,41; 0,40; 0,40 відповідно). В діапазон значень «Середній рівень потенційної кластеризації» входять показники інтегрального індексу потенційної кластеризації Одеської, Дніпропетровської та Полтавської областей (0,26; 0,24 та 0,24 відповідно).

За показниками середнього рівня диверсифікації потенційного кластеру найбільш привабливими є Одеська (0,95), Полтавська (0,90), Київська (0,86) та Львівська (0,81) області. Серед представленої вибірки регіонів в Одеській та Полтавській областях рівень диверсифікації потенційного кластеру за зайнятістю (середньообліковою кількістю штатних працівників), валовою доданою вартістю та рівнем капітальних інвестицій є одним з найбільших (0,95; 0,93; 0,95 та 0,90; 0,88; 0,93), що свідчить про сприятливі умови для кооперації підприємств. Проте індекси локалізації за показниками зайнятості та обсягу капітальних інвестицій є відносно невисокими: від 0,16; 0,18 в Одеській до 0,26; 0,23 в Полтавській областях, що свідчить про необхідність подальшої розбудови зв'язків між підприємствами галузі та значний потенціал до створення міжрегіональних об'єднань.

За отриманими результатами серед сукупності регіонів визначено 7 із найбільш привабливими економічними передумовами створення кластерних об'єднань. Це Дніпропетровський, Львівський, Одеський, Харківський («Найвищий рівень потенційної кластеризації»), Донецький, Запорізький, Київський («Високий рівень потенційної кластеризації») регіони. Визначена група регіонів характеризується високим інноваційним потенціалом (науковим, освітнім, кадровим, інформаційним, фінансовим, матеріально-технічним), необхідним для створення кластерів.

Висновки з проведеного дослідження. Для України кластерний підхід є досить новим. Тому існує низка проблем щодо формування кластерів в економіці, а саме:

- відсутність необхідної координації діяльності державних органів виконавчої влади, органів виконавчої влади суб'єктів України та органів місцевого самоврядування, об'єднань підприємців з реалізації кластерної політики;
- обмеження вибору інструментів фінансової підтримки кластерних проектів з бюджетних джерел;
- відсутність створених механізмів методичної, інформаційно-консультативної та освітньої підтримки розвитку кластерів;
- відсутність спеціалізованої фінансово-кредитної інфраструктури, спрямованої на фінан-

сування ключових галузей економіки на рівні регіонів.

В рамках останніх двох напрямів пропонуємо створення елементів інфраструктури (Центрів інформаційної та фінансової підтримки кластерного розвитку провідних галузей економіки регіонів), спрямованих на формування умов для ефективного розвитку кластерів; забезпечення фінансової підтримки проектів, методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки реалізації кластерної політики на регіональному та галузевому рівнях [26].

Створення та функціонування Центрів інформаційної та фінансової підтримки кластерного розвитку провідних галузей економіки регіонів відповідає положенням Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [25], де як пріоритети і заходи визначено необхідність посилення конкурентоспроможності окремих регіонів на засадах створення умов для залучення інвестицій, для чого ставиться завдання стимулювання процесів розвитку інфраструктури.

1) Інформаційно-консультаційний супровід створення та розвитку кластерів провідних галузей економіки регіонів. Просування концепції кластеризації галузей регіону (створення спеціалізованого сайту, організація «майданчиків для взаємодії», моніторинг державних програм щодо фінансування процесів розвитку провідних секторів економіки регіону, організація та проведення відкритих конкурсів на розробку інвестиційних брендів кластерів регіону, надання інформаційної та консультаційної допомоги розробникам інвестиційних брендів; організація та публікація спеціалізованого видання для просування кластерного підходу в регіонах).

2) Залучення та розміщення інвестицій в провідні галузі економіки регіонів. Активізація інвестиційного процесу в перспективних до розвитку галузей через поширення інформації щодо інвестиційно-інноваційної привабливості регіону шляхом збирання інформації, вивчення іноземного досвіду, аналізування можливостей та підготовки економічного обґрунтування стосовно створення об'єднань малих та середніх підприємств за спеціалізаціями.

3) Сприяння співробітництву підприємств провідних галузей економіки з банками та іншими фінансовими установами регіону. Розробка пропозицій для банківських установ щодо кредитування перспективних до розвитку галузей регіону, укладання угод про співпрацю з банками, страховими та лізинговими компаніями, розробку спільних програм щодо фінансування потреб підприємств; формування необхідних стандартів та процедур; консультації щодо використання державних програм фінансування.

4) Сприяння співробітництву підприємств кластерів з вищими навчальними закладами

регіонів. Підвищення ефективності системи підготовки та перепідготовки кваліфікованих кадрів для потреб кластерів регіону шляхом моніторингу та прогнозування потреб учасників кластеру в спеціалізованих кадрах; організації стажувань та виробничої практики студентів, аспірантів, докторантів ВНЗ на підприємствах кластеру; організації системи навчання та підвищення кваліфікації, спрямованої на розвиток окремих професійних навичок керівників щодо покращення якості менеджменту підприємств та взаємодії з фінансовими інститутами.

Виходячи з вищенаведеного, зазначимо, що застосування комплексного підходу до реалізації програми довгострокового розвитку провідних галузей економіки України сприятиме залученню іноземних інвестицій, розвитку міжнародного співробітництва, впровадженню наукоємних та енергоефективних технологій, створенню нових робочих місць, збільшенню рівня реальних доходів населення, що є запорукою підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості та конкурентоспроможності регіонів України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амоша О., Ляшенко В. Перспективи формування транскордонних єврорегіональних інноваційних систем і нанотехнологічних кластерів. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2008. Вип. 3. С. 159–176.
2. Бубенко П., Снісаренко О. Інноваційний розвиток регіонів: монографія. Харків: Форт, 2009. 160 с.
3. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: монографія / за ред. З. Варналія. Київ: НІСД, 2007. 820 с.
4. Войнаренко М. Кластери в інституційній економіці: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2011. 502 с.
5. Геєць В. Кластери і мережеві структури в економіці – тема досить цікава, але на сьогодні не досить вивчена... Економіст. 2008. № 10. С. 10–11.
6. Кизим М. Промислова політика та кластеризація економіки України: монографія. Харків: ВД «Інжек», 2011. 304 с.
7. Ніколаєнко С. Світовий та вітчизняний досвід формування кластерних структур. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19397/1/3.pdf>.
8. Ринейська Л. Кластери у сучасній глобальній економіці. Ефективна економіка. 2016. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4971>.
9. Bergman E., Feser E. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications. Web Book in Regional Science URL: <http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/contents.htm>.
10. Petersen K. Clusters and clustering policy: a guide for regional and local policy makers URL: <http://cor.europa.eu/en/documentation/studies/Documents/Clusters-and-Clustering-policy.pdf>.
11. Rosenfeld S. Industry Clusters: Business Choice, Policy Outcome, or Branding Strategy? Journal of New Business Ideas and Trends. 2005. No 3(2). P. 4–13.

12. Sölvell Ö, Lindqvist G., Ketels C. *The Cluster Initiative Green book*. Ivory Tower Publishers. Stockholm, 2003. 94 p.
13. Федоренко В., Тугай А., Гойко А., Джабейло В. Концепція кластерної політики в Україні. *Економіка та держава*. 2008. № 11. С. 5–15.
14. Porter M. *On Competition*. Updated and Expanded edition. Boston: Harvard Business School, 2008.
15. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів. *Економіст*. 2008. № 10. С. 31–35.
16. Гуменюк О. Кластери як організаційна структура інноваційно-інвестиційної моделі розвитку промисловості. *Економіка та управління національним господарством*. 2007. № 2(68). С. 9–18.
17. Enright M. *Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results*. Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitions Program, University of Hong Kong, 2000. 25 p.
18. Porter M. *On Competition*. Boston, MA: Harvard Business Press, 2008.
19. Karlsson C. *Handbook of Research on Cluster Theory*. Cheltenham: Edward Elgar, 2008.
20. Собкевич О., Савенко В., Сухоруков А., Шевченко А. Промислова політика як чинник післякризового відновлення економіки України: аналіз. *Доповідь / за ред. Я. Жаліна*. Київ: НІСД, 2012. 41 с.
21. Case studies of clustering efforts in Europe. Analysis of their potential for promoting innovation and competitiveness. Version for distribution in the European Presidential Conference on Innovation and Clusters (Stockholm, 22–23 January 2008). Stockholm, 68 p.
22. Стратегія розвитку банківської системи 2016-2020: «Синергія розвитку банків та індустріалізації економіки. Валютна, цінова, фінансова стабільність та створення передумов розвитку високотехнологічної промисловості України». Комітет Верховної Ради України з питань фінансової політики і банківської діяльності. Експертна робоча група з підготовки та розвитку проекту. URL: http://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/afedra+bankspravii/proekt_strategi.pdf.
23. Кількість активних підприємств за регіонами України та видами економічної діяльності. Державна служба статистики України. Економічна статистика. Економічна діяльність. Реєстр статистичних одиниць. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/kap/kap_u/kap_u16.htm.
24. Українські кластери. Структура кластерних систем по регіонах України. URL: <http://ucluster.org/blog/2012/06/struktura-klasternikh-sistem-po-regionakh-ukraini>.
25. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України, схвалено від 12 січня 2015 року № 5/2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
26. Zavadzka D. Formation of Cluster Infrastructure Elements in Development of Economic Sectors of The Regions. Модернізація економіки та фінансової системи країни: актуальні проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 29–30 вересня 2017 року): у 2 ч. Дніпро: ПДАБА, 2017. Ч. 2. С. 55–58.

ВПЛИВ БЕНЧМАРКІНГУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВBENCHMARKING EFFECT
ON MARKETING ACTIVITIES OF BANKS

У статті розглянуто особливості використання бенчмаркінгу у банківській сфері України. Доведено необхідність упровадження інноваційних методів покращення якості системи управління банком на основі бенчмаркінгу як одного з інструментів підвищення його конкурентоспроможності. Визначено, що інструментом, який дасть змогу поліпшити показники діяльності банку, є бенчмаркінг. Розкрито особливості застосування бенчмаркінгу в оцінюванні діяльності банку, а також запропоновано методика здійснення процедури бенчмаркінгу.

Ключові слова: бенчмаркінг, маркетинг, банк, банківська система, конкурентна стратегія, бізнес-процеси, система управління банком.

В статье рассмотрены особенности использования бенчмаркинга в банковской сфере Украины. Доказана необходимость внедрения инновационных методов улучшения качества системы управления банком на основе бенчмаркинга как одного из инструментов повышения его конкурентоспособности. Определено, что инструментом, который позволит улучшить показатели деятельности банка, является бенчмар-

кинг. Раскрыты особенности применения бенчмаркинга в оценивании деятельности банка, а также предложена методика осуществления процедуры бенчмаркинга.

Ключевые слова: бенчмаркинг, маркетинг, банк, банковская система, конкурентная стратегия, бизнес-процессы, система управления банком.

The article is devoted to implementation benchmarking research in Ukrainian banks management. Analyzed the benchmarking essence, its evolution and application features in the banking area. The necessity of innovative methods implementation to improve the quality of the bank management system on the benchmarking basis as one of the instruments to improve its competitiveness has been proved. In the article was done the estimation of current state and main problem Ukraine banking system. Determined that benchmarking is a tool that will improve the bank indicators. Defined the application features of the benchmarking types to bank activity evaluation and suggested the methodology for the benchmarking procedure.

Key words: benchmarking, bank, banking system, competitive strategy, business process, bank management system.

УДК 336.719

Зеркаль А.В.

к. е. н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Класичний приватний університет

Постановка проблеми. Сьогодні принципи управління, цілі і способи досягнення цілей для банківської сфери кардинально змінилися, тому в умовах ринку керівництво все частіше змушене формувати службу маркетингу для прийняття грамотних і своєчасних управлінських рішень задля підвищення ефективності бізнесу. Служби маркетингу часто займаються досить різноманітною діяльністю, що обумовлюється цілями і характером роботи. Як правило, це розробка тактики організації, пошук і формування оптимальної, але мобільної товарної, цінової, збутової політики, а також стратегічне планування руху товару на ринку. Маркетингова діяльність є однією з найважливіших функцій у сфері підприємництва. За її допомогою забезпечуються стабільна, конкурентоспроможна робота і розвиток того чи іншого суб'єкта маркетингової системи в ринкових умовах з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми банківського маркетингу та бенчмаркінгу в Україні розглядаються на теоретичному і методичному рівнях такими вітчизняними і зарубіжними вченими, як, зокрема, Г. Багієв, І. Діденко, Є. Жуков, М. Кизим, Г. Коробова, В. Коршунов, Ф. Котлер, О. Лаврушин, І. Лютий, Н. Перепечай, Л. Романенко, О. Солодка, К. Тагірбеков, Е. Уткін, В. Хруцький.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування особливостей використання бенчмаркінгу в банківських установах та його впливу на ефективність маркетингової діяльності банків України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингова діяльність спирається на проведені маркетингові дослідження, оскільки на їх основі здійснюється розробка стратегії і програми маркетингових заходів, використання яких сприятиме підвищенню продуктивності банку, максимальному задоволенню потреб споживача або клієнта. Результати маркетингових досліджень найбільш важливі для керівництва, а також прийняття підприємницьких і маркетингових рішень, для усунення або зниження невизначеності зовнішніх і внутрішніх умов поведінки суб'єктів маркетингової системи.

Уникнути ризику практично неможливо, але можна передбачити, заздалегідь пом'якшити несприятливі наслідки або запобігти їм. Мінімум невизначеності – ось до чого потрібно прагнути. Для зниження ризиків і невизначеності необхідно знайти спектр негативних можливих явищ, небезпек і проблемних ситуацій, з якими банк може зіткнутися в процесі здійснення маркетингової діяльності. Таким чином, для ефективної побудови роботи організації керівництву недостатньо мати інформацію лише про внутрішні особливості стану

банку, адже такий підхід неактуальний і не пройде перевірку часом [2].

Сучасні успішні бізнесмени віддають перевагу постійному стратегічному плануванню всієї виробничої, маркетингової та комерційної діяльності банку, при цьому оперативне планування не втрачає своєї значущості. Ефективність планування на кожному етапі значною мірою залежить від достовірної, репрезентативної маркетингової інформації. На практиці виявилось, що загалом проводили аналіз і робити висновки досить складно, з'явилась необхідність поділу функцій різних відділів і служб, а також формування спеціалізованої служби по організації маркетингової діяльності, в компетенцію якої перш за все входять проведення маркетингових досліджень та розробка маркетингових програм [3, с. 67].

Складнощі, що виникають під час оцінювання якісних параметрів, пов'язані з труднощами формалізації, аналізування критеріїв оцінки і визначення методик їх вимірювання. В основі головних недоліків наявних методик оцінки якості лежить увага розробників до вирішення перерахованих проблем. Це пояснюється залежністю параметрів від сфери послуг, що входять в систему, тобто вибрані критерії можуть мати відміну за пріоритетністю. Так, не обов'язково приділяти особливу увагу інтер'єру банку, а потрібно зробити акцент на персоналі, точніше, на ступені його роботи та обслуговування клієнтів. Наприклад, це може стосуватися сфери обслуговування елітних клієнтів.

Отже, під час створення методик оцінки якісних параметрів слід враховувати конкретизацію сфери їх застосування. Наявні єдині принципи розробки часто служать прототипом для заснування власної методики щодо оцінювання якості в будь-яких галузях сервісного обслуговування (особливо тоді, коли галузі розташовуються за схожими пріоритетами оцінки).

Детальніше систему якісних параметрів оцінки якості розглянемо на прикладі оцінки якості роздрібних банківських послуг. В Україні ринок банківських послуг (зокрема, роздрібних) з точки зору розвитку напрямів управління якістю має великий потенціал. І це, незважаючи на велику заклопотаність комерційних банків більше якістю власних активів, ніж якістю сервісу. Необхідність оцінки якості та проблем, пов'язаних з її підвищенням, роздрібних банківських послуг викликана високою конкуренцією серед банків у цьому напрямі. Причому підхід до оцінки якості обслуговування корпоративних клієнтів повинен бути трохи іншим, оскільки, вибираючи банк, керівництво компанії дотримується задоволеності не стільки відносин, скільки вигод матеріального характеру, а також здатності банку до задоволення фінансових потреб даної компанії.

Необхідність впровадження системи управління якістю в банківській сфері викликана тим, що основна кількість банків відносить себе до сфери обслуговування в істинному розумінні цього слова. Конкурентна боротьба між банками ведеться переважно не за рахунок підвищення якості послуг, а за рахунок фінансових умов для споживачів. Якщо організації, що діють у сфері послуг за іншими напрямками (туристичні агентства, авіалінії, готелі, перукарні, супермаркети тощо), спочатку націлені на парадигму «клієнт понад усе» (customer-first paradigm), то банківські установи досить повільно переходять до цього визначення щодо оцінки ступеня сервісного обслуговування споживачів на основі бенчмаркінгу [1].

У розглянуту методику бенчмаркінгу входять чотири групи якісних показників, виявлених на таких характеристиках продажів роздрібних банківських послуг, які суб'єктивним чином впливають на реакцію споживачів:

1) просторові показники (за їх допомогою можна охарактеризувати умови надання послуги або саму послугу);

2) інформаційні показники (відображають, наскільки споживачі забезпечені інформацією);

3) професійні показники (вони показують рівень пропонованого споживачам сервісу, тобто рівень кваліфікації та професійної підготовки обслуговуючого персоналу);

4) претензійні показники (є самостійною групою і застосовуються для збору та аналізу одержуваної інформації за претензіями та відгукami споживачів; характеристики необхідно деталізувати так, щоб їх оцінка під час складання анкети була максимально однозначною, що дало б змогу істотно знизити суб'єктивний фактор, незмінно присутній під час вимірювання якісних показників).

Перед тим як приступити до опису кожної групи показників на основі бенчмаркінгу, слід зауважити, що характеристики, які використовуються для методу оцінки кожного з параметрів, відповідають принципам корпоративної культури того чи іншого банку. Великі банки діють, як правило, на підставі розробленого ними ж регламенту внутрішнього документа, в основі якого лежать опрацювання та деталізація всіх складових корпоративної культури (зокрема, стиль корпоративної поведінки персоналу, його зовнішній вигляд, поєднання кольорів в офісі).

Розглянемо кожну групу показників докладно, потім визначимо основні параметри їх оцінки, що використовуються для загального анкетування.

1) «Якість навколишнього середовища» (просторові показники), оцінка якого проводиться менеджером в результаті здійснення регулярного моніторингу якості обслуговування споживачів. Використовувані в анкеті параметри групуються

в загальну оцінку просторових показників. Під параметрами «якості навколишнього середовища» розуміють:

- оформлення зовнішнього вигляду будівлі (наскільки точки продажів виділяються на загальному тлі інших будівель, чистий і доглянутий вигляд територій, прилеглих до будівлі, де знаходиться точка продажів);

- інформаційне оформлення (чи є вивіски та рекламні покажчики тощо);

- оформлення внутрішнього простору приміщення точки продажів (чи відповідає колірне рішення приміщення корпоративному стилю банку, наскільки сучасний його внутрішній дизайн, чистота приміщення, чи відповідає розміщення робочих місць максимальній зручності споживачів, тобто наскільки банк продумав оптимальність організації клієнтського простору).

Оцінка просторових показників коригується відповідно до врахування впливу претензійних показників:

- позитивні (негативні) відгуки споживачів, пов'язані з питаннями оформлення та організації клієнтського простору;

- функціональність розміщення робочих місць персоналу відповідно до виконуваних ними операцій на різних етапах надання тих чи інших послуг (незручність, яку відчувають споживачі за віддаленості фахівців один від одного або знаходження їх на різних поверхах).

Згідно з проведеним аналізом такої інформації підсумкова оцінка групи або збільшується, або зменшується, згідно з тим, яких відгуків більше, позитивних чи негативних.

Від цілей і завдань такого дослідження групи просторових показників (під час підрахунку загальної оцінки якісних показників) присвоюється ваговий коефіцієнт, який показує важливість цих показників для банку.

2) Дослідження, що проводяться з метою оцінки якості обслуговування, нерідко ігнорують інформаційні показники як один з параметрів оцінки або приділяють їм недостатню увагу. Не слід забувати, що якість інформаційного забезпечення також впливає на те, як споживачі сприймають якість їх обслуговування (це зауваження є особливо цінним для банків).

Інформаційні показники оцінюються так (з урахуванням цієї методики і таких характеристик):

- пропонується інформація про функціонування точки продажів (сюди входять час обслуговування, місце знаходження, інформація про точку продажів тощо), наявність якої дає споживачу можливість відчувати себе впевнено, вільно орієнтуватися під час першого і подальших відвідувань точки продажів;

- пропонується інформація про послуги банку (вільний доступ до рекламних матеріалів про

послуги, які споживач за бажання може забрати із собою);

- якість оформлення інформаційних матеріалів (наявність в точках продажів інформаційних стендів з рекламним матеріалом, відповідних загальному корпоративному стилю).

За дотримання точками продажу перерахованих вище необхідних характеристик якості інформаційного забезпечення у споживача з'являється можливість отримати необхідну інформацію про діяльність (послуги) банку під час першого відвідування, допомагає зорієнтуватися на місці, що дає споживачу певне почуття впевненості. За допомогою рекламно-інформаційних джерел (стендів, буклетів) споживач знайомиться з параметрами послуги, що цікавить його, і може прийняти рішення для себе рішення про придбання вибраної послуги вже без допомоги співробітника точки продажів. Це значною мірою полегшує і прискорює обслуговування, оскільки споживач нерідко підходить до співробітника вже достатньо «підкованим».

В результаті проведених регулярних моніторингів якості обслуговування і проводиться оцінка інформаційних показників на основі бенчмаркінгу. Вона може коригуватися з урахуванням вагових коефіцієнтів залежно від ступеня важливості показників, причому вплив претензійних показників тут несуттєвий, оскільки споживачі переважно не використовують якість інформаційного забезпечення як предмет для висловлювання своїх претензій;

3) Дані професійних показників можуть бути використані в анкеті на підставі:

- спостереження та аналізу обслуговування споживачів;

- записів, зроблених в журналі пропозицій, які пов'язані з роботою персоналу;

- збору та обробки інформації про споживчу реакцію, отриману з різних джерел, наприклад з Інтернету або по «гарячій лінії»;

- проведення рейдів з метою перевірки рівня обслуговування в точках продажів і подальшого включення отриманих результатів в підсумковий розрахунок; для використання інформації, отриманої за допомогою записів, зроблених в журналі пропозицій, необхідна організація менеджерами за якістю постійного збору інформації з її подальшою оцінкою на підставі впроваджених критеріїв.

Для аналізу зібраної інформації використовується оцінка таких параметрів професійних показників, як коректність, компетентність, доброзичливість персоналу, навички співробітників банку в роботі з «важким клієнтом», здатність відходу від конфліктних ситуацій або дозволу їх з максимальним результатом. У систему параметрів оцінки можуть входити й інші характеристики надання послуг, зокрема своєчасне виконання

операції, кількість гудків і швидкість зняття трубки телефону, кількість людей в черзі до співробітника, що надає послугу. Перераховані параметри не є в «чистому» вигляді якісними, оскільки прямий кількісній оцінці не піддаються, проте вони найбільш безпосереднім чином впливають на якість обслуговування в очах споживачів. Організація їх кількісного обліку неймовірно важка і проводиться тільки на підставі періодичного моніторингу якості обслуговування.

4) Великий вплив мають претензійні показники. На задоволеність споживачів якістю обслуговування впливає їх позитивна (негативна) реакція на так звану якість персоналу. Облік претензійних показників виконується за допомогою коригування оцінки вже залежно від кількості та змісту відгуків споживачів.

У систему збору та обробки претензійної інформації клієнтів на основі бенчмаркінгу включаються різні форми збору даних про реакцію споживачів, оціночні дії реакції в різних випадках, система прийняття заохочувальних заходів, загальна оцінка точки продажу, доступність інформації для споживачів, оцінка професійної підготовки персоналу та його вдосконалення в питаннях роботи зі споживачами.

Відповідно до характеристик, наведених вище, розробляється анкета для менеджерів якості з подальшим її заповненням, а також система балів, які присвоюються з огляду на ступінь значення кожної характеристики в певній точці продажу. Бали проставляються після заповнення анкети. Потім проводиться їх коригування відповідно до результату аналізу претензійних показників. Далі підводиться підсумковий бал шляхом звичайного підсумовування, точки продажу ранжуються в порядку убавання від загальної кількості набраних балів. Точка продажу, яка набрала найбільшу кількість балів, може стати орієнтиром для інших точок як приклад досягнення найбільшого рівня якості обслуговування споживачів за якісними показниками. Результати рейтингу можуть використовуватися під час виявлення головних недоліків, що стосуються якості обслуговування, з подальшим плануванням дій щодо їх подолання та подальшим їх усуненням.

Пропонований спосіб анкетування не може виступати фіксованим документом вимірювання якості. Зміст анкети можна змінювати на розсуд керівництва того чи іншого банку залежно від проведеної ним політики (наприклад, коригування кількісних показників вимірювання якості). За відсутності зовнішніх чинників (зміни цілей, завдань діяльності точок продажів) ознакою необхідності оновлення та коригування параметрів оцінки

служить вирівнювання результатів анкетування в досліджуваних точках продажів. Бальна система оцінки дає можливість стимулювати сам принцип оцінки (перш за все, підходить для конкретного банку) на ранньому етапі. На більш пізніх етапах функціонування системи принципи оцінки якості посилюються (проставляються нульові бали за недотримання встановлених вимог).

Загальний аналіз якості обслуговування споживачів узагальнюють в систему кількісних і якісних показників з подальшим складанням комплексного рейтингу точок продажів. Розширення методології оцінки якості надання послуг в основі бенчмаркінгу можливе за рахунок опитувань споживачів і таких показників, як якість для внутрішнього клієнта, якість взаємозв'язку підрозділів банку Анкета для проведення споживчого опитування передбачає єдиний підхід до її розробки, а також модифікацію питань різного ступеня конкретизації. Це буде залежати від того, в якій сфері послуг діє банк. Під час розроблення анкети слід звернути увагу не на традиційні питання, які передбачають оцінку якості обслуговування, що базуються на суб'єктивній думці респондента, а на ті питання, відповіді на які можуть дати гранично об'єктивні характеристики якості обслуговування.

Введення показників «якості для внутрішнього клієнта» в методологію оцінки робить її набагато результативнішою. Ці показники сильно впливають на процес надання послуги. Оцінка показників якості взаємин між структурними підрозділами банку можлива за використання спеціального опрацювання, тобто має бути створена певна методика дослідження.

Висновки з проведеного дослідження. В ході дослідження доведено, що використання бенчмаркінгу впливає на ефективність маркетингової діяльності банків. На підставі отриманих результатів (з можливою подальшою модифікацією якісних показників) і під час проведення бенчмаркінгового дослідження щодо цього можна здійснити вихід на інший рівень якості обслуговування клієнтів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко А., Гордієнко В., Поготовка Ю. Розвиток інноваційного маркетингу в банківській сфері України. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2012_34/34_01_08.pdf.
2. Лютий І. Банківський маркетинг. URL: www.pidrucniki.ws.
3. Банківський маркетинг в Україні: реалії та перспективи: зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. (25–26 січня 2013 р.). Сімферополь: Economics, 2013. 172 с.

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

FINANCIAL MECHANISM OF THE STATE-PRIVATE PARTNERSHIP IN UKRAINE

У статті розкрито особливості та відмінності підходів до визначення публічно-приватного партнерства (ППП) та державно-приватного партнерства (ДПП). Визначено особливості та складові фінансового механізму функціонування ДПП. Проведений аналіз засвідчив значний потенціал PPP в забезпеченні світового розвитку та низькі показники його застосування в Україні. Узагальнено особливості зарубіжної та української практики його застосування. Визначено проблеми, а також запропоновано напрями суспільного розвитку України на засадах PPP.

Ключові слова: публічно-приватне партнерство, державно-приватне партнерство, фінансовий механізм державно-приватного партнерства, фінансова політика, джерела фінансових ресурсів, приватний партнер, програма публічно-приватного партнерства (PPP).

В статье раскрыты особенности и различия подходов к определению публично-частного партнерства (ПЧП) и государственно-частного партнерства (ГЧП). Определены особенности и составляющие финансового механизма функционирования ГЧП. Проведенный анализ засвидетельствовал значительный потенциал ПЧП в обеспечении мирового развития и низкие показатели его использования в Украине. Обобщены особен-

ности зарубежной и украинской практики его применения. Определены проблемы, а также предложены направления общественно-частного развития Украины на принципах ПЧП.

Ключевые слова: публично-частное партнерство, государственно-частное партнерство, финансовый механизм государственно-частного партнерства, финансовая политика, источники финансовых ресурсов, частный партнер, программа публично-частного партнерства (PPP).

The article reveals the peculiarities and differences between the interpretations the definition of the PPP and state-private partnership (SPP). The features and components of the financial mechanism of functioning SPP are determined. The analysis showed that the significant potential for PPP in ensuring world development and low rates of its application in Ukraine. The article summarizes the peculiarities of the world and the Ukrainian practices of its application. It identified the problems of functioning of the PPP in Ukraine. In the article have been suggested the directions of the public development in Ukraine which foundations of the PPP programs.

Key words: public-private partnership, state-private partnership, financial mechanism of the state-private partnership, financial policy, sources of the financial resources, private partner, PPP program.

УДК 334.72:330.3[477]

Кучер Г.В.

к. е. н., доцент кафедри фінансів
Київський національний торговельно-
економічний університет

Постановка проблеми. В умовах інституційних трансформацій в суспільстві відбувається переосмислення національного досвіду забезпечення потреб у фінансуванні суспільного розвитку з урахуванням стратегічних пріоритетів, національних особливостей та викликів сьогодення. Вивчення зарубіжного досвіду та оцінка можливостей його застосування крізь призму національних інтересів та особливостей привертають увагу до публічно-приватного партнерства (ППП) як однієї з кращих практик залучення приватного бізнесу до реалізації цілей та стратегій держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання особливостей, розвитку, проблем та перспектив ДПП в Україні активно досліджуються в роботах В. Геєця, Б. Данилишина, Д. Делмона, М. Джеррарда, І. Запатріної, С. Науменкової, В. Остапенко, В. Тищенко, Л. Федулової та інших науковців. Економічні реалії постійно ставлять нові питання, зокрема питання в контексті удосконалення механізму використання ДПП для прискорення суспільного розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних та практичних питань функціонування державно-приватного партнерства,

а також визначення особливостей фінансового механізму його функціонування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Враховуючи те, що у світовій практиці поширеним є термін «публічно-приватне партнерство» (Public-Private Partnership (PPP)), а у вітчизняній практиці та законодавстві використовується термін «ДПП», ми будемо його використовувати для розкриття можливостей цього механізму в сучасних умовах. Варто при цьому звернути увагу на наше бачення даного питання. Враховуючи тему нашого дослідження та стратегічні цілі суспільного розвитку, вважаємо, що в подальшому має відбутися перехід від кількісних процесів до якісних змін, що дасть змогу реалізовувати сутнісні підходи до ППП. Це пояснюється тим, що на початковому етапі співпраці держави та бізнесу робота розпочинається на рівні держави через механізм державних фінансів, але вже в подальшому його застосування має поширюватися на місцеві фінанси та фінанси територіальних громад тощо.

Суб'єкти господарювання державної власності часто представлені в сферах, галузях та об'єктах, які не є цікавими для приватного бізнесу або є ризиковими чи суспільно значимими, що не перед-

бачає залучення приватного бізнесу до даної діяльності, або держава здійснювала діяльність в рамках державних монополій чи забезпечувала виконання безпекових, оборонних та інших функцій, які, відповідно до законодавства, могли надаватися лише суб'єктами господарювання державної форми власності.

Суспільний розвиток, зміна суспільних укладів, ринкові трансформації вносили корективи у підходи до підпорядкування та організації окремих з них. Світовий досвід підтверджує можливість та доцільність зміни підпорядкованості у виконанні окремих функцій, зміни джерел фінансування та співпраці держави з приватним бізнесом для виконання суспільно важливих функцій. Залучення приватних суб'єктів господарювання та їх фінансових ресурсів до управління державними активами дає змогу забезпечити не лише їх ефективність, але й фінансування, контроль, оптимізувати витрати та скоротити державне фінансування таких проектів. Для підвищення якості суспільних послуг в міжнародній практиці використовується передача їх надання до приватних структур під державне замовлення. Тобто частину суспільних послуг надають приватні структури за допомогою державного замовлення, що дає змогу скоротити державні витрати, знизити тіньову та корупційну складові економіки.

Цікавим використанням механізму ДПП є і з точки зору забезпечення повноти та своєчасності фінансування державних програм, запровадження новітніх організаційних, управлінських і виробничих технологій, а також ефективного менеджменту в публічні проекти на довгострокову перспективу.

Забезпечення ефективності та результативності застосування механізму ДПП потребує розгляду як суспільного інституту, що дає змогу запроваджувати найкращі практики державного та приватного менеджменту, підвищити ефективність державних видатків та змінити роль «держави в економіці <...> [3] <...> безпосереднього оператора на роль організатора, регулятора та контролера» [4, с. 3].

Комісія ЄС визначає ДПП як форму «співробітництва між державними органами влади та світом комерційної діяльності, націленого на забезпечення фінансування, будівництва, відбудови, управління або підтримки інфраструктури або надання послуг». В дослідженні Комісії ЄС визначено такі характерні елементи ДПП [4, с. 3], як відносно тривалий термін відносин; спосіб фінансування проекту, що поєднує кошти приватного сектору, інколи за рахунок комплексних домовленостей між різними учасниками можуть додаватися й надаватися державні кошти; розподіл ролей учасників (суб'єкт економічної діяльності бере участь в проекті на різних етапах (розробка, завершення, виконання, фінансування), держав-

ний партнер визначає цілі, що реалізують державний інтерес, якість надаваних послуг, цінову політику та моніторинг дотримання цих цілей); розподіл ризиків між державним партнером та приватним партнером, якому передаються ризики («точний розподіл ризиків визначається у кожному конкретному випадку залежно від відповідної можливості зацікавлених сторін оцінювати, контролювати та справлятися з ризиком»).

Українське законодавство визначає ДПП як «співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору» у встановленому порядку та відповідає ознакам ДПП [9, с. 1].

Дослідження та узагальнення науковцями світового та національного досвіду застосування ДПП (ППП) зарубіжними та національними дослідниками доводять тривалий досвід та наявність національних особливостей. На рис. 1 наведено динаміку інвестиційних ресурсів, задіяних в проєктах, та кількість ППП у світі у 1990–2017 роках.

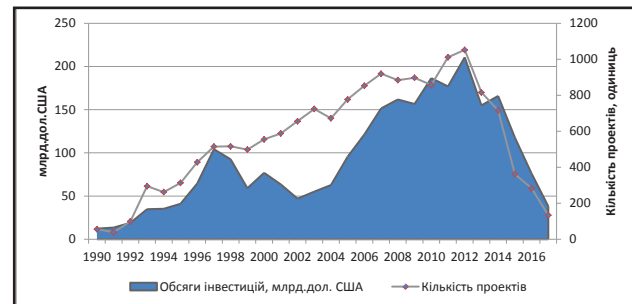


Рис. 1. Показники залучення інвестиційних ресурсів у проєкти ППП у світі у 1990 році – 1 півріччі 2017 року

Джерело: побудовано за даними Світового банку [15]

Наведені матеріали свідчать про динамізм використання ППП як інструмента фінансування суспільного розвитку. Найбільші обсяги залучення інвестиційних ресурсів було залучено в 1 052 проєкти ППП у 2012 році в розмірі 210,59 млрд. дол. США. На активність запровадження проєктів вплинула світова фінансова криза, оскільки у період 1998–2002 років кількість укладених договорів скоротилася, відповідно, скоротилися обсяги залучення інвестиційних ресурсів з 104,19 млрд. дол. США у 1997 році до 47,02 млрд. дол. США у 2002 році. З 2003 року ситуація почала покращуватися, хоча відбувалися певні порушення в динаміці у 2009, 2011, 2015–2016 роках.

До країн-лідерів ППП у 1990–2015 роках за кількістю проєктів відносять Аргентину, Мексику,

Таїланд, Філіппіни, Пакистан, Туреччину, а за обсягами фінансування лідерами є такі країни, як Мексика Аргентина, Таїланд, Малайзія, Китай,

Індонезія. Найбільші показники в розрізі галузей у зазначений період мали видобування та телекомунікації.

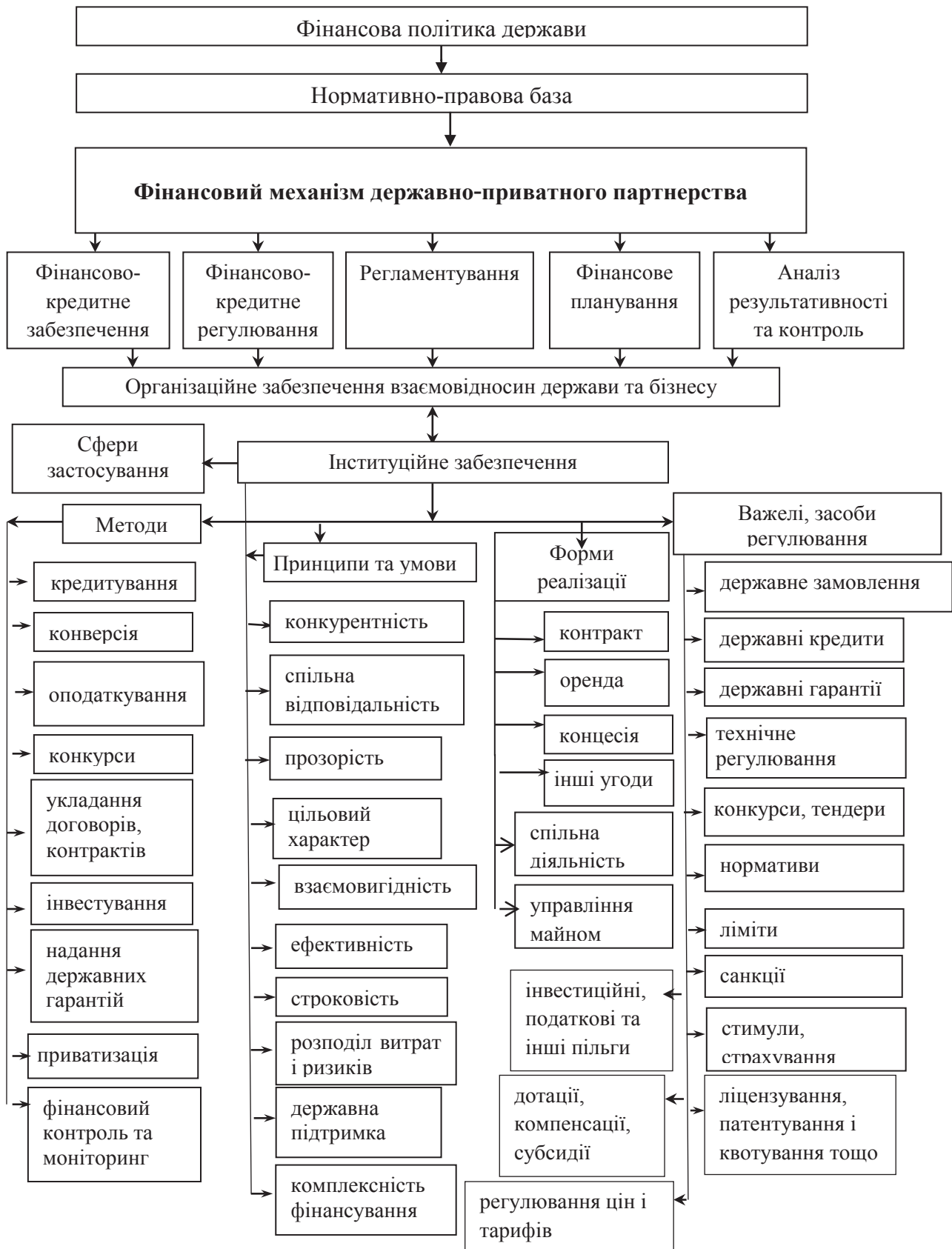


Рис. 2. Фінансовий механізм ДПП в Україні

В умовах ДПП відбувається поширення ринкових механізмів в реалізації програм суспільного розвитку, які фінансуються за участю держави та приватного сектору, що дає змогу перерозподілити виробників, що надають суспільні послуги, та покращити якість останніх. У світі тривалий час увагу привертає розвиток інституту громадянського суспільства, що дає змогу покращити співпрацю держави, бізнесу та громади. Для забезпечення державної підтримки ДПП формується відповідна нормативно-правова база, яка визначає статус, особливості механізму реалізації. Норми національного права охоплюють більше 26 законів та підзаконних актів, які регламентують діяльність у сфері ДПП.

Дуже важливим та корисним для державного сектору в інституті ДПП є те, що можна чітко визначати та регулювати права власності та відповідальності партнерів. Так, національним законодавством визначено, що об'єктами державно-приватного партнерства є наявні об'єкти, зокрема відтворювані (шляхом реконструкції, модернізації, технічного переоснащення), що перебувають у державній або комунальній власності чи належать Автономній Республіці Крим, зокрема ділянки надр, а також створювані або придбані об'єкти в результаті виконання договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства. Проте це не зумовлює перехід права власності на ці об'єкти до приватного партнера. «Право власності на об'єкти, що добудовані, перебудовані, реконструйовані в рамках державно-приватного партнерства, належить державному партнеру». Питання щодо «виникнення спільної часткової власності державного та приватного партнера на створювані чи придбані об'єкти державно-приватного партнерства <...>, порядок визначення часток <...>, умови і порядок відчуження частки у праві спільної часткової власності визначаються положеннями договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства» [9].

Законодавством України визначено значний перелік сфер застосування ДПП [9], пов'язаних як з виробництвом, переробкою та реалізацією товарів, продукції, так і з розвитком транспорту, інфраструктури, машинобудування, охороною здоров'я, туризмом, відпочинком, культурою, спортом, управлінням нерухомістю, наданням соціальних послуг, наданням освітніх послуг тощо.

Зазначене визначає особливості механізму ДПП, що дає змогу забезпечувати стимулювання позитивних ефектів впливу причинно-наслідкових зв'язків та скорочення небажаних ризиків і негативних факторів. Узагальнення підходів вітчизняних та зарубіжних науковців, норм права дало нам змогу схематично зобразити складові та причинно-наслідкові зв'язки механізму ДПП (рис. 2). Фінансовий механізм ДПП забезпечує реалізацію

її фінансової політики та формує умови для досягнення пріоритетних цілей та завдань.

Відповідно, він базується на нормах національного права та включає фінансово-кредитне забезпечення, фінансово-кредитне регулювання, регламентування, фінансове планування, аналіз результативності та контроль. З урахуванням зазначеного раніше слід сказати, що фінансовий механізм ДПП має поєднувати найкращий досвід державного та приватного фінансового менеджменту, що певним чином відображається в усіх його складових. В умовах трансформаційних змін інститут ДПП варто розглядати як складову удосконалення управління державними інвестиціями.

Запровадження конкурсних та ринкових засад під час використання державних фінансових ресурсів через механізм ДПП має бути забезпечено за допомогою таких принципів його функціонування, як принципи комплексності фінансування, конкурентності учасників, спільної відповідальності, взаємовигідності, розподілу витрат і ризиків, прозорості, цільового характеру, ефективності та строкowości функціонування, державної підтримки.

Методи реалізації фінансової політики держави через механізм ДПП є як загальними, так і специфічними, що визначено особливостями функціонування самого механізму. До методів ДПП нами віднесено такі: загальні (кредитування, оподаткування, конверсія, фінансування, фінансовий контроль та моніторинг) та специфічні (конкурси, укладання договорів, контрактів, надання державних гарантій, приватизація).

Важливу роль у функціонуванні механізму ДПП відіграють форми реалізації ДПП. Серед них національне законодавство виділяє такі форми договорів: концесія, спільна діяльність, управління майном, змішані договори, що застосовуються як контракти, оренда тощо.

Фінансовий механізм ДПП передбачає застосування його методів, принципів, важелів та інших складових на різних фазах підготовки та реалізації проектів, таких як ініціювання (вибір проекту та оцінка можливостей його використання); закупка (вирішення організаційних питань, підготовка до тендера, проведення тендера, підписання контракту); впровадження (управління контрактом та оцінка). На різних фазах реалізації проектів має відбуватися тісний зв'язок державного та приватного партнерів, громадянського суспільства, оскільки їх реалізація впливає на фінансово-економічну та соціальну стійкість держави та її державного сектору. Ефективність та результативність таких проектів залежить від національної стратегії соціально-економічного розвитку та відображення пріоритетності в зазначених стратегіях.

В умовах відсутності ініціативних проектів в національній стратегії світовий досвід підтвер-

джує можливість формування ініціативних (незапрошених) проектів; останнє, з одного боку змушує орган публічної влади активізувати свою діяльність, а з іншого боку, може негативно сплинути на реалізацію проектів в контексті формування додаткових ризиків, подовження термінів прийняття рішень, нерозвиненості інституційної та правової сфери [3, с. 112–113, 116–117].

Важелі, засоби регулювання ДПП охоплюють форми [10; 11], що передбачають, зокрема, його державну підтримку, такі як державне замовлення, державні кредити, гранти міжнародних фінансових організацій, залучені державою або під державні гарантії, технічне регулювання, конкурси, тендери, застосування нормативів, ліміти, санкції, стимули, ліцензування, страхування, патентування і квотування, інвестиційні, податкові, митні та валютні преференції, інші пільги, дотації, пряме бюджетне фінансування та співфінансування, відшкодування відсоткових ставок за кредитами, отримані суб'єктами господарювання у комерційних банках компенсації, субсидії, субвенції, регулювання цін і тарифів.

Важливою складовою механізму ДПП є фінансування. З одного боку, в засади його формування закладено використання державних та приватних джерел фінансування, а з іншого боку, в умовах обмеженості фінансових ресурсів у державного сектору та приватного бізнесу, існування ризиків реалізації проектів усі учасники намагаються себе максимально убезпечити та, відповідно, зменшити ризики шляхом їх перерозподілу, диверсифікації, що по-новому ставить питання фінансування проектів ДПП. Ці питання певним чином досліджувалися науковцям, цікавими є роботи Д. Делмона [2], І. Запатріної [3; 5], В. Остапенко [8; 14], В. Тищенко [14], Я. Овсянникової [7] та інших вчених. Серед головних форм, що відображають особливості фінансування, виділяють такі: державне фінансування та кредитування проекту, надання грантів, субсидій, гарантій; корпоративне фінансування; приватне фінансування; проектне фінансування як пряме кредитування компанії, яка реалізує відповідний проект. Результативність такого фінансування визначається особливостями проектів, умовами кредитування та ефективністю їх реалізації.

Особливості використання різних джерел фінансування (ресурсів публічного та приватного секторів), що можуть бути задіяні, відповідають ступеню суспільного розвитку, відкритості національної економіки, інвестиційному клімату в державі, її іміджу та рейтингам у світі. Ресурси можуть залучатися з внутрішніх та зовнішніх джерел, що визначає особливості їх залучення, використання та повернення. Міжнародний досвід свідчить про важливість розвитку місцевих громад як складової публічного сектору, оскільки міжнародна спільнота має дієві інструменти фінансування розвитку місцевих громад.

Міжнародні фінансові організації, банківські установи, національні банки розвитку можуть виступати активними учасниками-ініціаторами та партнерами в реалізації ППП. Вони більш зацікавлені надавати пільгові кредити (низькі відсотки, тривалий період використання коштів, наявність пільгового періоду тощо) публічному сектору, ніж приватному, оскільки «публічна влада краще орієнтується в стратегічних державних пріоритетах, більш відповідальна і дисциплінована, має можливість надати гарантії за кредитами тощо» [3, с. 100–101].

Господарський кодекс України у ст. 12 визначає засоби державного регулювання господарської діяльності [1], такі як державне замовлення; ліцензування, патентування і квотування; технічне регулювання; застосування нормативів та лімітів; регулювання цін і тарифів; надання інвестиційних, податкових та інших пільг; надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій. Вважаємо доцільним доповнення положень цього Кодексу положеннями щодо застосування механізму ДПП, що забезпечить комплексне регламентування його функціонування.

Держава гарантує дотримання прав приватних партнерів. Взаємовідносини між учасниками ДПП регулюються укладеними угодами в межах норм національного права, а з міжнародними партнерами враховують норми міжнародного права. За виникнення ризиків щодо інтересів приватних партнерів внаслідок державного регулювання цін (тарифів) на товари (роботи, послуги) приватного партнера для компенсації вартості внесених приватним партнером інвестицій (інвестиційна складова) розмір інвестиційної складової (витрат приватного партнера на здійснення інвестицій) має бути компенсованим протягом строку дії договору, якщо інший порядок компенсації інвестицій не передбачено договором, укладеним у рамках ДПП [9].

Важливою складовою фінансового механізму ДПП, що має національні особливості та відображає суспільні пріоритети в цьому напрямі, є його державна підтримка. В Україні державна підтримка ДПП надається для вжиття заходів (програм) під час виконання укладених договорів, а регламентується ст. 18 Закону «Про державно-приватне партнерство». Порядок надання державної підтримки затверджено Кабінетом Міністрів України. Він відображає актуальність та соціальну спрямованість заходів; співвідношення витрат та очікуваного результату від їх здійснення; результати аналізу ефективності використання бюджетних коштів; техніко-економічні розрахунки та обґрунтування обсягів і форм надання державної підтримки; інноваційність заходів (програм); можливий негативний вплив на стан навколишнього природного середовища внаслідок виконання договорів ДПП; наявність кадрового, матеріально-технічного та

методичного забезпечення для виконання договорів державно-приватного партнерства [11].

Згідно з даними Світового банку в Україні (станом на 1 півріччя 2017 року) реалізовано 59 проектів ДПП (в контексті досягнення фінансової результативності), що дало змогу залучити інвестиційні ресурси на загальну суму 14 812,9 млн. дол. США (рис. 3).

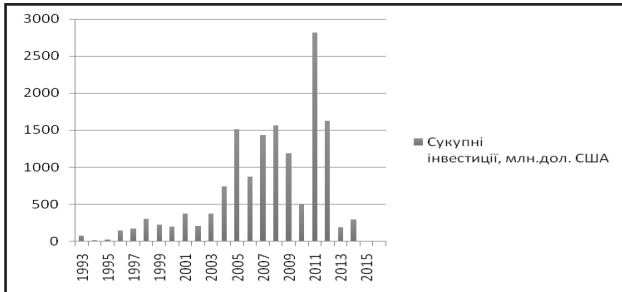


Рис. 3. Динаміка сукупних інвестицій в Україну через механізм ДПП в 1993–2014 роках

Джерело: побудовано за матеріалами [16]; звітні дані за 2015–2016 роки відсутні

Як видно з наведених даних, найкращі показники залучення інвестиційних ресурсів були в 2011 році, коли вони становили 2 816,4 млн. дол. США, а також у 2012 році (1 622,0 млн. дол. США). Останніми роками ситуація може розглядатися як негативна, що пов'язане з незначними обсягами залучення ресурсів у 2013–2014 роках та невикористанням механізму ДПП для залучення інвестиційних ресурсів з 2015 року, але це може бути пов'язане з низкою чинників, що пов'язані з процесами, які відбувалися в країні в 2013 та наступних роках.

Дослідження матеріалів, що розкривають інтерес інвесторів до напрямів реалізації проектів ДПП, дало змогу виявити найбільш цікаві за критерієм обсягів вкладених інвестиційних ресурсів (рис. 4).

Наведений матеріал підтверджує, що найбільше інвестори зацікавлені телекомунікаційними та енергетичними проектами як за кількістю, так і за обсягами залучених інвестиційних ресурсів. Проекти ДПП, що пов'язані з видобутком природ-

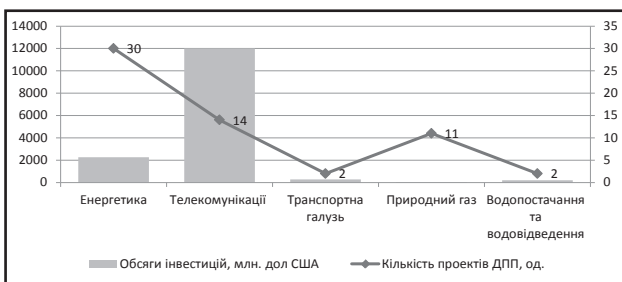


Рис. 4. Інвестиційні ресурси в проектах ДПП різних галузей України у 1993–2014 роках

Джерело: побудовано за матеріалами [16]; звітні дані за 2015–2016 роки відсутні

ного газу, теж можна віднести до таких, які цікавлять інвесторів, але обсяги інвестиційних ресурсів незначні (38 млн. дол. США), що відповідним чином відобразилося на нашому графіку.

В Україні станом на 1 січня 2016 року реалізовувалися 177 проектів ДПП (з них 146 договорів концесії, 31 договір про спільну діяльність): 113 реалізовувалися на території Полтавської області, 15 – Миколаївської області, 14 – Одеської області. Діючі проекти ДПП охоплюють такі сфери господарської діяльності:

- оброблення відходів (112 проектів, або 63,2% від загальної кількості);
- збір, очищення та розподілення води (30 проектів, або 16,8%);
- будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури (16 проектів, або 9,0%);
- виробництво, транспортування і постачання тепла (6 проектів, або 3,3%);
- виробництво, розподілення та постачання електричної енергії (5 проектів, або 2,8%);
- управління нерухомістю (2 проекти, або 1,1%);
- пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування (1 проект, або 0,6%);
- туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт (1 проект, або 0,6%);
- інші (4 проекти, або 2,6% від загальної кількості) [6].

Активізація діяльності стосовно розвитку ДПП та механізму його реалізації відображає заходи, що комплексно впливають на інвестиційний клімат в Україні, удосконалюють механізм ДПП. Вагому роль серед них відіграють удосконалення норм національного права та імплементація норм міжнародного права, що забезпечують простоту, прозорість та розуміння діяльності та забезпечення прав та інтересів інвесторів. Вагому роль в цьому відіграло вжиття таких заходів:

- удосконалено порядок розрахунку концесійних платежів;
- впроваджено міжнародну практику підготовки проектів державно-приватного партнерства в частині визначення механізмів справедливого розподілу ризиків між державним та приватним партнерами;
- спрощено Порядок надання приватним партнером державному партнеру інформації про виконання договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства;
- покращено механізм для співробітництва між державою і територіальними громадами (державними партнерами) та приватними партнерами в рамках державно-приватного партнерства;
- удосконалено порядок проведення конкурсу з визначення приватного партнера для здійснення

державно-приватного партнерства щодо об'єктів державної, комунальної власності та об'єктів, які належать Автономній Республіці Крим;

– удосконалено порядок проведення аналізу ефективності здійснення державно-приватного партнерства.

Серед завдань, поставлених урядом України пріоритетними у 2016–2020 роках, в контексті реформування системи управління державними фінансами та розвитку промисловості, залучення інвестицій передбачено використання проектів ДПП [10; 13].

Забезпечення суспільного розвитку потребує врахування не лише суспільних інтересів, але й формування механізму страхування та захисту від ризиків, учасників проектів ДПП. Формування системи ризик-менеджменту має чітко розмежовувати не лише відповідальність учасників за настання ризиків, але й заходи щодо їх моніторингу, оцінювання та компенсації збитків за певних обставин. Виокремлення зон відповідальності за різними ризиками забезпечує ефективність та результативність реалізації проектів.

Висновки з проведеного дослідження.

З урахуванням широкого спектру моделей та технологій використання ППП варто розглядати його як суспільний інститут, функціонування якого визначається суспільним устроєм, рівнем демократизації, відкритістю та інтеграцією національної економіки в світову, що дає змогу застосовувати найкращі його практики, форми, методи функціонування.

Розвиток ППП дає змогу подолати сформовані стереотипи щодо надання суспільних послуг та фінансування розвитку, слабкості місцевих громад, а також забезпечити сталий розвиток суспільства на кращих традиціях і світових практиках. Використання механізму ДПП формує кумулятивний вплив на усі сфери суспільного розвитку. В умовах обмежених фінансових ресурсів він дає змогу не лише забезпечити своєчасність та повноту фінансування проектів, ефективно витрачання ресурсів, але й вирішити питання скорочення боргового фінансування розвитку за рахунок зміни джерел та інструментів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України: Закон України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Делмон Д. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре. Практическое руководство для органов государственной власти. Мировой банк. PPIAF, 2010. 165 с. URL: http://www.fa.ru/org/chair/gchp/Documents/biblio/%D0%94%D0%B5%D0%BB%D0%BC%D0%BE%D0%BD%20public_private_partner.pdf.
3. Запатрина И. Публично-частное партнерство для целей Устойчивого Развития. Киев: Лыбидь, 2017. 312 с.

4. Зелена книга щодо державно-приватних партнерств та законодавства співтовариства у сфері державних контрактів та концесій / Комісія Європейських Співтовариств. Брюссель (30 квітня 2004 року). URL: old.minjust.gov.ua/file/32428.docx.

5. Сіденко В., Скрипніченко М., Пономаренко В., Чугунов І. та ін. Інституційна трансформація фінансово-економічної системи України в умовах глобалізації: монографія / за заг. ред. В. Сіденка. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 648 с.

6. Інформація щодо стану здійснення державно-приватного партнерства / Міністерство економічного розвитку і торгівлі. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=6b08c354-a6fd-4ace-8c57-41829defda5c&title=DovidkaSchodoStanuDziisnennia>.

7. Овсянникова Я. Джерела фінансування проектів публічно-приватного партнерства. Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. 2012. № 1. С. 36–40. URL: http://fbi.crimea.edu/arhiv/2012/nv_1-2012/007ocsyannikova.pdf.

8. Остапенко В. Формування фінансового потенціалу публічно-приватного партнерства в контексті фінансової політики держави: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит»; ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Харків, 2015. 297 с.

9. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 1 липня 2010 року № 2404-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.

10. Про затвердження плану пріоритетних дій Уряду на 2016 рік: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 травня 2016 року № 418-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/418-2016-%D1%80%paran9#n9>.

11. Про затвердження Порядку надання державної підтримки здійсненню державно-приватного партнерства: Постанова Кабінету Міністрів України від 17 березня 2011 року № 279. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/279-2011-%D0%BF>.

12. Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні, затверджено Постановою КМУ від 2 лютого 2011 року № 389. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/389-2011-%D0%BF>.

13. Середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року, затверджено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3 квітня 2017 року № 275-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D1%80#n13>.

14. Тищенко В., Остапенко В. Фінансовий потенціал публічно-приватного партнерства: світовий досвід та перспективи реалізації в Україні: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 224 с.

15. Private Participation in Infrastructure Database / The World Bank. URL: <https://ppi.worldbank.org/visualization/ppi.html#sector=&status=&ppi=&investment=®ion=&ida=&income=&ppp=&mdb=&year=&excel=false&map=&header=true>.

16. Ukraine: Country Snapshots. Private Participation in Infrastructure Database. URL: <https://ppi.worldbank.org/snapshots/country/Ukraine>.

СТРУКТУРНІ ДИСБАЛАНСИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ З ПОГЛЯДУ ЙОГО ОБ'ЄКТІВ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

STRUCTURAL DISBALANCES OF THE UKRAINIAN STOCK MARKET IN THE CONTEXT OF ITS OBJECTS: PRACTICAL ASPECT

У статті проведено аналіз структурних дисбалансів вітчизняного фондового ринку з погляду його об'єктів. Визначено основні фінансові інструменти, що слугують об'єктами даного сегменту фінансового ринку. Досліджено структуру торгів на фондовому ринку за фінансовими інструментами протягом 2006–2016 рр. Здійснено ранжування фінансових інструментів за обсягом виконаних контрактів на біржовому та неорганізованому ринках. Виділено ТОП–20 найпопулярніших фінансових інструментів організованого та позабіржового ринків із визначенням основних видів економічної діяльності їх емітентів.

Ключові слова: фондовий ринок, об'єкти ринку, структурні дисбаланси, фінансові інструменти, біржовий ринок, неорганізований ринок.

В статье проведен анализ структурных дисбалансов фондового рынка Украины с точки зрения его объектов. Определены основные финансовые инструменты, которые служат объектами данного сегмента рынка. Исследована структура торгов на фондовом рынке по финансовым инструментам в течение 2006–2016 годов. Осуществлено ранжирование финансовых инструментов по объему выполненных

контрактов на биржевом и неорганизованном рынках. Выделено ТОП–20 самых популярных финансовых инструментов организованного и внебиржевого рынков с определением основных видов экономической деятельности их эмитентов.

Ключевые слова: фондовый рынок, объемы рынка, структурные дисбаланси, финансовые инструменты, биржевой рынок, неорганизованный рынок.

In the article analyzes the structural imbalances of the Ukrainian stock market in the context of its objects. The author has identified the main financial instruments that are the objects of this segment of the financial market. The structure of trading on the stock market by financial instruments during 2006–2016 is investigated. Financial instruments are ranked according to the volume of executed contracts on the established securities market and over-the-counter market. The author has highlighted the TOP–20 of the most popular financial instruments of the established securities market and over-the-counter markets, the major economic sectors of their emitters were determined.

Key words: stock market, market objects, structural imbalances, financial instruments, established securities market, over-the-counter market.

УДК 336.76

Обравит В.І.

аспірантка кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський державний університет

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економічної думки вивчення проблем та особливостей функціонування фондового ринку є досить актуальним. Фондовий ринок виступає сферою мобілізації фінансових ресурсів у ринковій економіці, інструментом проведення інноваційної політики та інституційного регулювання у державі, що на сьогодні набуває особливого значення, адже даний сегмент фінансового ринку є одним із головних важелів розвитку та індикаторів стану економіки. Враховуючи, що характерною ознакою сучасного етапу розвитку фондового ринку України є його структурна незбалансованість, практичний інтерес викликає детальне дослідження саме структурних дисбалансів вітчизняного фондового сектору (з погляду його об'єктів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальним засадам дослідження фондового ринку зокрема його дисбалансам, приділяли увагу у своїх працях такі зарубіжні вчені: Д. Тобін, Ф. Модільяні, М. Міллер, Г. Марковіц, У. Шарп, Р. Мертон, М. Шоулз, Д. Акерлоф, В. Сміт, Ю. Фама та ін. У вітчизняній фінансовій науці основні аспекти розвитку фондового ринку висвітлюють у своїх працях М. Батунін, Н. Волгіна, Н. Галушко, Ж. Гарбар, А. Грязнова, В. Гутафель,

С. Еш, В. Загорський, М. Зверяков, О. Кіктенко, В. Кубіков, К. Малишенко, О. Мозговий, О. Нечипорук, Я. Поддєрьогіна, І. Рекуненко, Д. Тевелєв, І. Школьник тощо. Проте аналіз наукових публікацій показав, що дослідження деформацій фондового ринку залишається недостатньо висвітленим та характеризується значною інваріантністю поглядів вітчизняних та зарубіжних учених щодо цього питання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження практичних аспектів структурних дисбалансів фондового ринку України з погляду його об'єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. За своєю сутністю фондовий ринок є так званим ринком очікувань, ефективність якого визначається передусім факторами впливу, а особливо напрямом та інтенсивністю їх зміни [4, с. 105]. Саме тому виникає необхідність їх дослідження як основних детермінант виникнення та розвитку дисбалансів фондового сегменту.

Проаналізувавши погляди науковців щодо даного питання, ми дійшли висновку що нині не існує чітко визначеного переліку факторів, що чинять вплив на фондовий ринок. Саме тому в результаті систематизації різноманітних поглядів науковців [4, с. 104–105; 8; 1, с. 34; 5, с. 66; 2, с. 34]

ми виділили основні фактори впливу на діяльність фондового ринку (рис. 1).

На основі аналізу внутрішньої структури та особливостей здійснення операцій на фондовому ринку ми з'ясували, що дослідження структурних дисбалансів доцільно проводити так:

- 1) із погляду об'єктів фондового ринку;
- 2) із погляду суб'єктів фондового ринку.

Об'єктами фондового ринку є фінансові інструменти, що обертаються на ньому. Згідно із Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок», [9] до фінансових інструментів належать «цінні папери, строкові контракти (ф'ючерси), відсоткові строкові контракти (форварди), строкові контракти на обмін (на певну дату в майбутньому) у разі залежності ціни від відсоткової ставки, валютного курсу або фондового індексу (відсоткові, курсові чи індексні свопи), опціони, що дають право на купівлю або продаж будь-якого із зазначених фінансових інструментів, у тому числі тих, що передбачають грошову форму оплати (курсіві та відсоткові опціони)».

Що ж стосується різновидів фінансових інструментів на фондовому ринку України, то нині даному сектору властива обмежена кількість інструментів (вузька номенклатура ЦП) (рис. 2).

Аналізуючи структуру торгів за фінансовими інструментами протягом 2006–2016 рр., відзначимо, що вона зазнала суттєвих змін. Станом

на 01.01.2017 найбільш поширеними є операції з депозитними сертифікатами, акціями, державними облігаціями України, що не характерно для інших фінансових інструментів.

Вагома частка (54,20%) припадає на торги з депозитними сертифікатами в результаті зміни настроїв інституційних інвесторів (банків) щодо вкладення коштів в облігації внутрішньої державної позики. Зазначимо, що Національний банк України [7] зацікавлений у цьому, адже в результаті такого тренду скорочується надлишкова ліквідність у банківському секторі.

Також слід звернути увагу на контракти з векселями, частка яких протягом останніх десяти років зменшилася аж у 29 разів (на 96,56%), адже векселі, як правило, використовувалися для реалізації фінансових схем, не можуть обертатися на біржах, а також угоди з даними ЦП є досить витратними.

Обсяг контрактів із ЦП інститутів спільного інвестування (інвестиційними сертифікатами) значно зменшився порівняно з 2013 р. (коли зафіксований пік даного показника), що позначилося на зниженні частки до 3,30% на початок 2017 р. (рис. 3).

Варто звернути увагу, що в структурі торгів на ринку майже відсутні операції з похідними фінансовими інструментами, які сприяють зменшенню рівня ризику учасників на ринку базових активів.

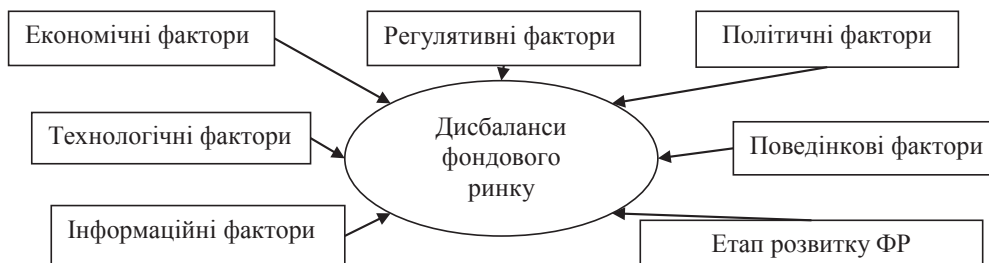


Рис. 1. Ключові фактори впливу на фондовий ринок як основна причина виникнення його дисбалансів

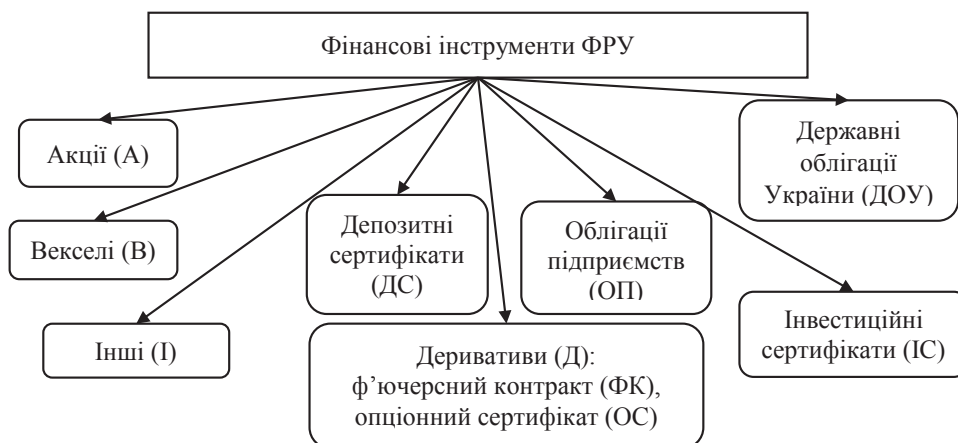


Рис. 2. Фінансові інструменти, що представлені на фондовому ринку України

Джерело: складено автором на основі [6]

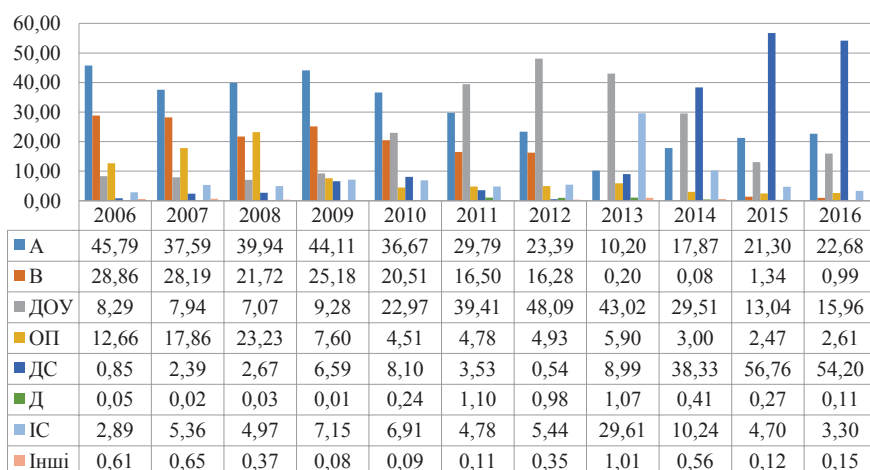


Рис. 3. Структура торгів на фондовому ринку за фінансовими інструментами в 2006–2016 роках, %

Джерело: складено автором на основі [6]

Частка торгів із деривативами є мізерною і станом на 01.01.2017 становить 0,11%.

Для порівняння зазначимо, що для країн із більш розвиненими фінансовими системами характерний суттєво ширший арсенал фінансових інструментів, особливо розповсюджені операції з деривативами

Так звана «централізація» торгівлі певними видами інструментів призводить до неможливості диверсифікувати фінансові ризики під час інвестування, що зменшує бажання зацікавлених осіб виходити на фондовий ринок [3, с. 66].

Варто також представити для порівняння перелік фінансових інструментів, які користувалися найбільшим попитом на біржовому та позабіржовому ринках. Варто зауважити, що ранжування проведене залежно від обсягу виконаних біржових контрактів.

Отже, на біржовому ринку (рис. 4) у 2016 р. серед 20-ти найпопулярніших фінансових інстру-

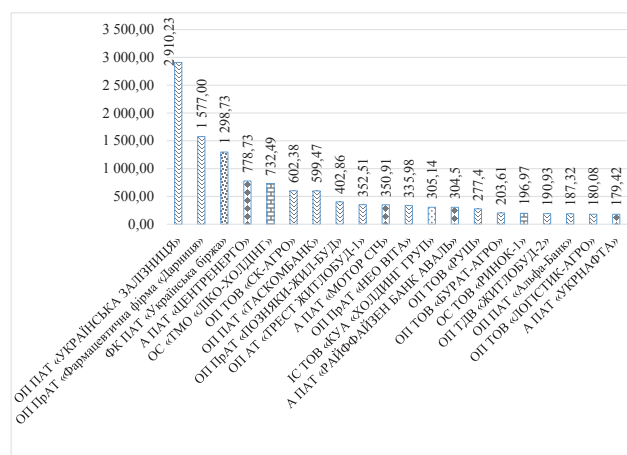


Рис. 4. ТОП–20 фінансових інструментів біржового ринку (за обсягом виконаних біржових контрактів) у 2016 р., млн. грн.

Джерело: складено автором на основі [6]

ментів представлені: 12 корпоративних облігацій, чотири акції, три деривативи та один цінний папір ІСІ.

Що ж стосується позабіржового ринку (рис. 5), то тут найпопулярнішими є акції (16 із 20-ти), цінні папери ІСІ (три з 20-ти) та облігації підприємств (одна).

Вважаємо за необхідне порівняти галузі діяльності емітентів, фінансові інструменти яких користуються найвищим попитом на організованому та позабіржовому ринках. Отримані результати представимо у вигляді рис. 6.

Отже, у результаті здійснення порівняльного аналізу виявлено, що на біржовому ринку найбільшим попитом користуються фінансові інструменти емітентів, які здійснюють свою діяльність у галузях «Транспорт і складське господарство» (27%) та «Фінансова та страхова діяльність» (22%). На позабіржовому ринку 85% найпопулярніших

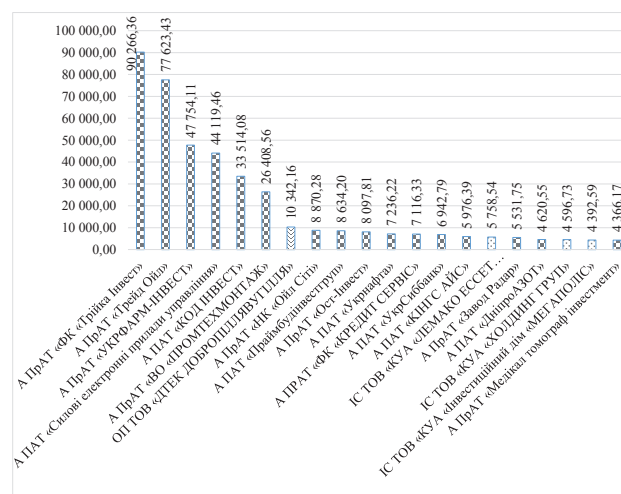


Рис. 5. ТОП–20 фінансових інструментів позабіржового ринку (за обсягом виконаних контрактів) у 2016 р., млн. грн.

Джерело: складено автором на основі [6]



Рис. 6. Структура емітентів ТОП-20 найпопулярніших фінансових інструментів за основними видами економічної діяльності у 2016 р., %

фінансових інструментів випущені емітентами, що займаються фінансовою та страховою діяльністю. Варто зауважити, що на організованому ринку представлені інструменти ширшого кола галузей діяльності (наприклад, випущені емітентами сільськогосподарської галузі та від операцій із нерухомим майном).

Висновки з проведеного дослідження.

У результаті дослідження основних детермінант виникнення та розвитку дисбалансів фондового сегменту виділено такі групи чинників: регулятивні, економічні, технологічні, інформаційні, політичні поведінкові фактори та етап розвитку фондового ринку. У процесі дослідження структурних дисбалансів із погляду об'єктів з'ясовано: для вітчизняного фондового ринку властива вузька номенклатура цінних паперів, так звана «централізація» торгівлі певними видами інструментів, що призводить до неможливості диверсифікувати фінансові ризики під час інвестування. Це характерно як для біржового, так і неорганізованого ринків. Що стосується галузевої приналежності, то спостерігається досить вузький перелік галузей, емітенти яких випускають фінансові інструменти, що користуються найвищим попитом. Виходячи із цього, у сфері фондового ринку необхідно провести низку дієвих реформ, що дасть змогу спрямувати вектор розвитку фондового ринку України на досвід європейських країн та світові тенденції трансформації ринків капіталу. Це дасть змогу попередити та уникнути існування зазначених (та інших видів) дисбалансів фондового сегменту. Що стосується подальших наукових досліджень, то необхідно детально дослідити структурні дисбаланси з погляду суб'єктів ринку та провести ґрунтовне порівняння з дисбалансами з погляду об'єктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гарбар Ж.В. Сучасний стан та тенденції розвитку фондового ринку України. Збірник наукових праць ВНАУ Серія «Економічні науки». 2012. № 4(70). Т. 2. С. 33–42.
2. Карпшин Н.І. Поведінкові фінанси та їх вплив на фондовий ринок. Управління фінансами держави, регіону, підприємства та домогосподарства : погляди науковців і практиків: зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (Тернопіль, 11 квітня 2016 р. / уклад. В.В. Письменний; відп. за вип. О. П. Кириленко. Тернопіль: Вектор, 2016. С. 34–39. URL: <http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstream/316497/13709/1/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B8%D1%88%D0%B8%D0%BD.pdf>.
3. Клименко К.В. Розвиток фондового ринку України в контексті євроінтеграційних процесів. Економіка та держава. 2015. № 8. С. 63–71.
4. Малишенко К.А. Фактори, що визначають особливості фондового ринку України. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2013. № 4. С. 104–107.
5. Малишенко К.А. Фактори інформаційної ефективності фондового ринку України. Економіка та держава. 2014. № 9. С. 63–66.
6. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.nssmc.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua> (23.12.2017. Назва з екрана).
8. Поддєрьогіна Я.А. Функціонування фондового ринку України: стан та перспективи розвитку. International scientific journal. 2016. № 3. С. 134–142.
9. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV (редакція від 01.05.2016, підстава 289-19). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>.

РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ
ВИПЛАТ ПРАЦІВНИКАМ У РАЗІ ЇХ СКОРОЧЕННЯFEATURES OF ACCOUNT PAID BY EMPLOYEES
AT THE TIME OF ABBREVIATION

У статті розглянуто етапи здійснення та документального оформлення процесу скорочення кількості персоналу підприємств. Особливу увагу приділено етапу, на якому відбувається нарахування вихідної допомоги. Виокремлено характерні особливості виплат, які мають включатися до розрахунку середньої заробітної плати. Визначено особливості оподаткування під час нарахування вихідної допомоги в разі скорочення працівників підприємств.

Ключові слова: кількість працівників, штат працівників, виплати працівникам, вихідна допомога, фонд оплати праці, єдиний соціальний внесок, податок з доходів фізичних осіб, військовий збір.

В статье рассмотрены этапы осуществления и документального оформления процесса сокращения количества персонала предприятий. Особое внимание уделено этапу, на котором происходит начисление выходного пособия. Выделены характерные особенности выплат, которые должны вклю-

чатся в расчет средней заработной платы. Определены особенности налогообложения при начислении выходного пособия в случае сокращения работников предприятий. Ключевые слова: количество работников, штат работников, выплаты работникам, выходное пособие, фонд оплаты труда, единый социальный взнос, налог на доходы физических лиц, военный сбор.

The article deals with the documentary design of the stages of reducing the number of employees. Particular attention is paid to the documentary design of the last stage, which is the calculation of the initial aid. Characteristic features of payments that are included and not included in the calculation of average wages are distinguished and described. The emphasis is on taxes that are deducted from initial benefits and taxes that are not applicable to this type of payment.

Key words: number of employees, staff of employees, employee benefits, outgoing assistance, payroll, single social contribution, personal income tax, military fee.

УДК 657:331.224.8

Дмитренко І.М.д. е. н., доцент,
завідувач кафедри обліку
і оподаткування

Університет банківської справи

Пригода О.О.

студент

Університет банківської справи

Постановка проблеми. Згідно з даними офіційної статистики нині економічна ситуація в Україні характеризується певною позитивною динамікою ВВП, проте фактично промисловість країни у низці галузей зазнає помітного спаду. Обсяги промислового виробництва тільки за перше півріччя 2017 року зменшилися на 0,4%, зокрема в добувній промисловості та енергетичному секторі випуск продукції зменшився на 6% та 5,6% відповідно, у переробній промисловості відбулося зростання на 3,6%. У сільському господарстві обсяг виробництва за цей же період зменшився на 2,1% [14].

Слід зазначити, що великі і середні підприємства за перше півріччя 2017 року отримали 186,3 млрд. грн. прибутку до оподаткування. В попередньому році цей показник становив 62,9 млрд. грн. Хоча частка збиткових підприємств з 34,6% у 2016 році знизилась до 31,2% у 2017 році, питання скорочення кількості робітників залишається проблемним та актуальним, оскільки велика кількість компаній досі не в змозі утримувати штат працівників на необхідному рівні.

Під час звільнення працівників слід дотримуватись усіх вимог трудового законодавства, належного облікового забезпечення цього процесу та вирішення питань оподаткування нарахованих виплат. Отже, неналежне виконання хоча б одного

з пунктів процедури звільнення може призвести до великих втрат, як фінансових, так і моральних.

Наслідком скорочення штату працівників є зростання безробіття. Звільнення працівника завжди є стресовим, а іноді конфліктним процесом навіть тоді, коли звільнення є об'єктивною необхідністю. Не є винятком випадки, коли керівництво не знаходить більш вдалого варіанту вирішення економічних проблем підприємства, як звільнення працівників за скороченням штатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців та практиків, що досліджували питання обліку виплат працівникам, слід відзначити таких, як С. Андрієнко, В. Коваленко, Т. Мойсеєнко, В. Хомуляк, О. Хрущ. Проте питання, пов'язані з проблемами обліку та оподаткування виплат працівникам саме в разі їх скорочення, розкриті недостатньо детально. Підвищений інтерес суспільства до цих проблем, постійні зміни в нормативно-правовій базі, неоднозначність трактування положень законодавчих та нормативних актів на рівні суб'єктів господарювання обумовили вибір тематичного спрямування проведеного нами дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація особливостей нормативно-правового регулювання, обліку та оподаткування виплат

працівникам у разі їх скорочення для упорядкування практики облікового процесу цього специфічного об'єкта.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Первісно зупинимося на особливостях термінологічного апарата, застосовного у процесі скорочення персоналу підприємств. Отже, кількість працівників – це списковий склад працівників підприємства. А процес скорочення працівників передбачає зменшення їх кількості. Штат працівників – це сукупність посад, установлених штатним розкладом підприємства. Таким чином, скорочення штату передбачає зміну штатного розкладу за рахунок ліквідації певних посад або зменшення кількості штатних одиниць за певними посадами.

Чинниками, якими може бути зумовлена потреба у скороченні кількості або штату працівників, є такі [1]:

– роботодавець має намір матеріально стимулювати працівників для здійснення потрібного обсягу робіт меншою кількістю персоналу через суміщення професій (посад), розширення зони

обслуговування чи збільшення обсягу виконуваної роботи, встановивши працівникам відповідні доплати за рахунок утвореної економії фонду заробітної плати;

– вдосконалення виробництва за допомогою автоматизації виробничих процесів, упровадження яких зумовлює зменшення кількості працівників певних професій і спеціальностей, потрібних для виконання роботи;

– перепрофілювання підприємства;

– зменшення обсягу виробництва продукції;

– інші несприятливі фактори та кризові явища у соціально-економічному розвитку суспільства.

Проте скорочення кількості працівників і скорочення штату підприємства – нетотожні поняття. Зі скороченням кількості майже завжди відбувається скорочення штату, оскільки зміна кількості працівників відповідним чином відображається у штатному розкладі. А за скорочення штату кількість може не тільки не зменшитися, але й навіть збільшитися, якщо, скажімо, одночасно зі скороченням до штатного розкладу вводять нові посади [1].

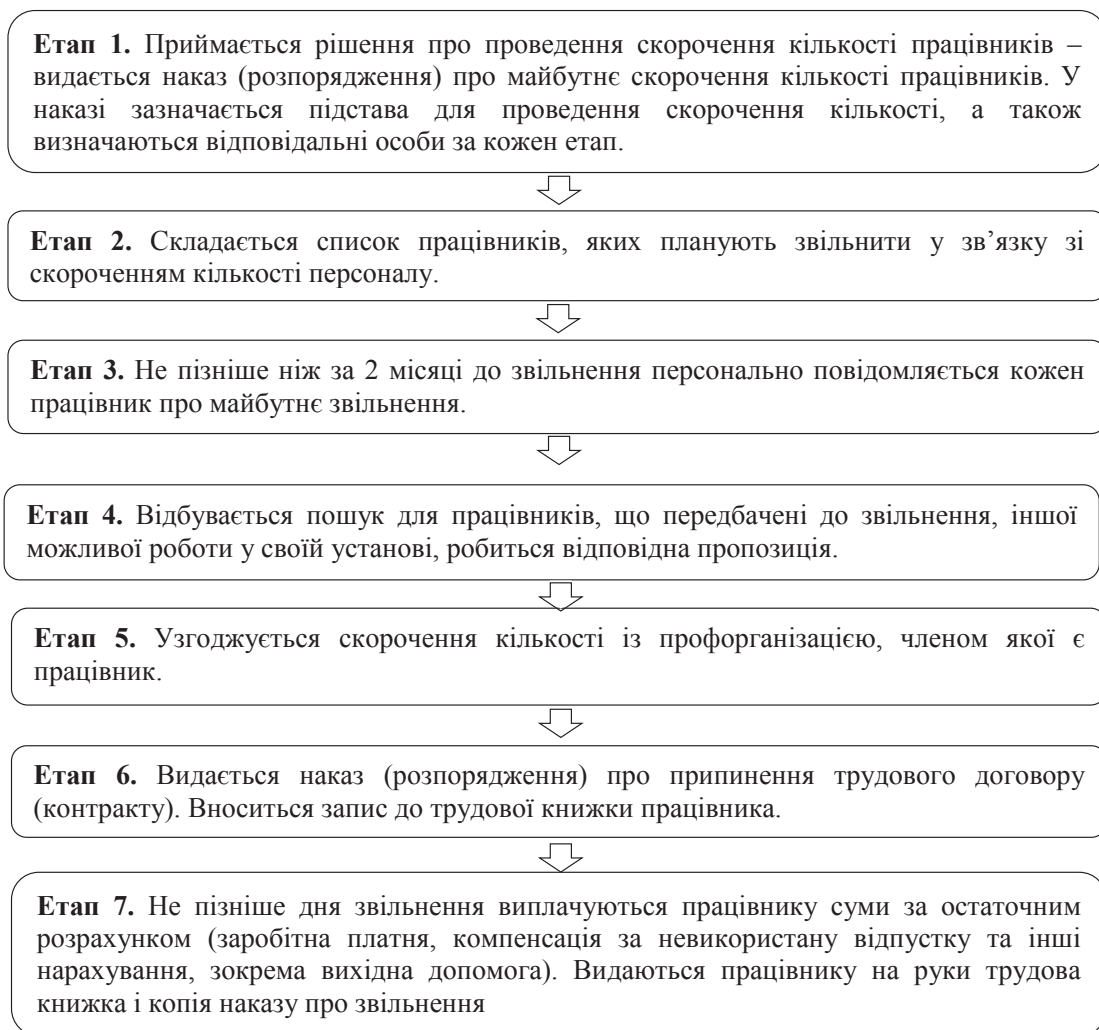


Рис. 1. Етапи здійснення скорочення кількості працівників

Джерело: складено на підставі [2]

Кожна організація має свої документи, які слугували або слугуватимуть підставою для проведення процедури скорочення кількості працівників. Типову послідовність проведення скорочення кількості працівників наведено на рис. 1.

Згідно зі ст. 40 Кодексу законів про працю України (далі – КЗпП) не можна скоротити працівника тоді, коли він перебував у відпустці або ж на лікарняному. Якщо ж працівник на момент попередження про наступне звільнення перебуває у відпустці, строк його персонального попередження переноситься на день його повернення з відпустки.

Двомісячний строк попередження не буде припинятись, якщо у цей період працівнику було надано відпустку за його бажанням.

За правилами ст. 42 КЗпП під час скорочення штату працівників переважне право на залишення на робочому місці має працівник з більш високою кваліфікацією та продуктивністю праці.

Сьогодні судова практика не допускає можливості проведення експертизи стосовно визначення працівників з вищою кваліфікацією та продуктивністю праці. Таким чином, учасники трудового спору мають право надавати будь-які допустимі Цивільним процесуальним кодексом докази, які підтверджують факт наявності у працівника вищої чи нижчої кваліфікації та продуктивності праці. Такими доказами можуть вважатися документи та інші відомості про освіту і присвоєння кваліфікаційних розрядів, підвищення кваліфікації, навчання без відриву від виробництва, винаходи та раціоналізаторські пропозиції, тимчасове виконання обов'язків більш кваліфікованих працівників, досвід трудової діяльності, виконання норм виробітку, розширення зони обслуговування, збільшення обсягу виконуваної роботи, сумісництво професій. Отже, застосовуючи положення ст. 42 КЗпП щодо переважного залишення на роботі, треба враховувати наявність дисциплінарного стягнення [3].

За рівних умов продуктивності праці та кваліфікації перевага у залишенні на роботі надається таким працівникам [3]:

- сімейним (за наявності двох і більше утриманців);
- особам, в сім'ї яких немає інших працівників із самостійним заробітком;
- працівникам з тривалим безперервним стажем роботи на даному підприємстві, в установі, організації;
- працівникам, які навчаються у вищих і середніх спеціальних навчальних закладах без відриву від виробництва;
- учасникам бойових дій, інвалідам війни та особам, на яких поширюється чинність Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту»;

– авторам винаходів, корисних моделей, промислових зразків і раціоналізаторських пропозицій;

працівникам, які дістали на цьому підприємстві, в установі, організації трудове каліцтво або професійне захворювання;

особам з числа депортованих з України (протягом п'яти років з часу повернення на постійне місце проживання до України);

працівникам з числа колишніх військовослужбовців строкової служби, військової служби за призовом під час мобілізації, на особливий період, військової служби за призовом осіб офіцерського складу та осіб, які проходили альтернативну (невійськову) службу (протягом двох років з дня звільнення їх зі служби);

працівникам, яким залишилося менше трьох років до настання пенсійного віку, за досягнення якого особа має право на отримання пенсійних виплат.

Перевага в залишенні на роботі може надаватися й іншим категоріям працівників, якщо це передбачено законодавством України.

Згідно зі ст. 116 КЗпП у день звільнення за скороченням підприємство зобов'язане здійснити з працівником остаточний розрахунок, внаслідок чого повинні бути нараховані та виплачені такі види доходів:

- 1) заробітна плата;
- 2) компенсація за невикористану відпустку;
- 3) вихідна допомога.

Так, заробітна плата нараховується за відпрацьований період у місяці звільнення. Стаття 83 КЗпП передбачає, що грошова компенсація нараховується за всі невикористані дні щорічної відпустки, додаткової відпустки працівникам, які мають дітей, а також інші передбачені законодавством види додаткових відпусток.

Згідно з п. 2 Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» № 100 (у редакції від 7 серпня 2015 року) [13] для того, щоб нарахувати компенсацію, слід розрахувати середньомісячну заробітну плату з огляду на виплати за останні 12 місяців роботи. Оскільки і заробітна плата, і компенсація за невикористану відпустку входять до фонду оплати праці підприємства відповідно до п. 2 Інструкції зі статистики заробітної плати [12], на ці суми нараховується єдиний соціальний внесок.

Відповідно до ст. 44 КЗпП вихідна допомога нараховується в розмірі не менше середньомісячного заробітку звільненого працівника.

На підставі п. 2 Постанови «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» № 100 середньомісячна заробітна плата обчислюється з огляду на виплати за останні 2 календарні місяці роботи, що передують звільненню. Напри-

клад, працівник звільняється у зв'язку зі скороченням штату у січні 2017 року. Для розрахунку вихідної допомоги розраховується середня заробітна плата за період з 1 листопада до 31 грудня 2016 року.

Працівникам, які пропрацювали на підприємстві менше двох календарних місяців, середня

заробітна плата обчислюється з огляду на виплати за фактично відпрацьований час. А якщо протягом останніх двох календарних місяців працівник не працював, то середня заробітна плата обчислюється з огляду на виплати за попередні два місяці роботи.

Таблиця 1

Виплати, які включаються та не мають включатися до розрахунку середньої заробітної плати

<p>Виплати, які включаються до сумарного заробітку для розрахунку середньої заробітної плати відповідно до п. 3 Постанови КМУ «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» № 100</p>	<p>Виплати, які не мають включатися до сумарного заробітку для розрахунку середньої заробітної плати відповідно до п. 4 Постанови КМУ «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» № 100</p>
<p>1) основна заробітна плата; 2) доплати і надбавки (за надурочну роботу та роботу в нічний час; суміщення професій і посад; розширення зон обслуговування або виконання підвищених обсягів робіт робітниками-погодинниками; високі досягнення в праці; умови праці; інтенсивність праці; керівництво бригадою, вислугу років тощо); виробничі премії та премії за економію конкретних видів палива, електроенергії і теплової енергії; премії включаються в заробіток того місяця, на який вони припадають згідно з розрахунковою відомістю на заробітну плату; премії, які виплачуються за квартал і триваліший проміжок часу, під час обчислення середньої заробітної плати за останні два календарні місяці включаються до заробітку у частині, що відповідає кількості місяців у розрахунковому періоді; якщо кількість робочих днів у розрахунковому періоді відпрацьовано неповністю, премії, винагороди та інші заохочувальні виплати під час обчислення середньої заробітної плати за останні два календарні місяці враховуються пропорційно до часу, відпрацьованого в розрахунковому періоді; 3) одноразова винагорода за підсумками роботи за рік і за вислугу років, що включається до середнього заробітку шляхом додавання до заробітку кожного місяця розрахункового періоду 1/12 винагороди, нарахованої у поточному році за попередній календарний рік.</p>	<p>1) виплати за виконання окремих доручень (одноразового характеру), що не входять в обов'язки працівника (за винятком доплат за суміщення професій і посад, розширення зон обслуговування або виконання додаткових обсягів робіт та виконання обов'язків тимчасово відсутніх працівників, а також різниці у посадових окладах, що виплачується працівникам, які виконують обов'язки тимчасово відсутнього керівника підприємства або його структурного підрозділу, а також не є штатними заступниками); 2) одноразові виплати (компенсація за невикористану відпустку, матеріальна допомога, допомога працівникам, які виходять на пенсію, вихідна допомога тощо); 3) компенсаційні виплати на відрядження і переведення (добові, оплата за проїзд, витрати на наймання житла, підйомні, надбавки, що виплачуються замість добових); 4) премії за винаходи та раціоналізаторські пропозиції, за сприяння впровадженню винаходів і раціоналізаторських пропозицій, за впровадження нової техніки і технології, за збирання і здавання брухту чорних, кольорових і дорогоцінних металів, за збирання і здавання на відновлення відпрацьованих деталей машин, автомобільних шин, за введення в дію виробничих потужностей та об'єктів будівництва (за винятком цих премій працівникам будівельних організацій, що виплачуються у складі премій за результатами господарської діяльності); 5) грошові і речові винагороди за призові місця на змаганнях, оглядах, конкурсах тощо; 6) пенсії, державна допомога, соціальні та компенсаційні виплати; 7) літературний гонорар штатним працівникам газет і журналів, що сплачується за авторським договором; 8) вартість безплатно виданого спецодягу, спецвзуття та інших засобів індивідуального захисту, мила, змивних і знежирювальних засобів, молока та лікувально-профілактичного харчування; 9) дотації на обіді, проїзд, вартість оплачених підприємством путівок до санаторіїв та будинків відпочинку; 10) виплати, пов'язані з ювілейними датами, днем народження, за довголітню і бездоганну трудову діяльність, за активну громадську роботу тощо; 11) вартість безплатно наданих деяким категоріям працівників комунальних послуг, житла, палива, а також сума коштів на їх відшкодування; 12) заробітна плата на роботі за сумісництвом (за винятком працівників, для яких включення її до середнього заробітку передбачено чинним законодавством); 13) суми відшкодування шкоди, заподіяної працівнику каліцтвом або іншим ушкодженням здоров'я; 14) доходи (дивіденди, проценти), нараховані за акціями трудового колективу і вкладями членів трудового колективу в майно підприємства; 15) компенсація працівникам втрати частини заробітної плати у зв'язку з порушенням термінів її виплати; 16) виплати за час, протягом якого зберігається середній заробіток працівника (за час виконання державних і громадських обов'язків, щорічної і додаткової відпусток, відрядження тощо); 17) допомога у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю.</p>

Джерело: складено на підставі [12]

Визначаючи сукупний дохід для розрахунку середньої заробітної плати, треба враховувати виплати, які включаються та, відповідно, не мають включатися до такого розрахунку (згідно з п. п. 3, 4 Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» № 100 у редакції від 7 серпня 2015 року).

Виплати, які включаються та не мають включатися до розрахунку середньої заробітної плати, наведено в табл. 1.

Згідно з п. 8 Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» № 100 вихідну допомогу, яка обчислюється із середньої заробітної плати за останні два місяці роботи, нараховують шляхом множення середньоденного заробітку у розрахунковому періоді на середньомісячну кількість робочих днів.

Середньоденна заробітна плата розраховується за такою формулою [6]:

$$ЗП_{\text{сер}} = \frac{ЗП_{\text{факт2міс}}}{РД},$$

де $ЗП_{\text{сер}}$ – середня заробітна плата;

$ЗП_{\text{факт2міс}}$ – заробітна плата за фактично відпрацьовані робочі дні протягом двох місяців перед місяцем звільнення;

$РД$ – кількість відпрацьованих робочих днів у розрахунковому періоді.

Водночас середньомісячна кількість робочих днів розраховується діленням на 2 сумарної кількості робочих днів за останні два календарні місяці згідно з графіком роботи підприємства, установи, організації, установленим із дотриманням вимог законодавства.

Згідно з пп. 164.2.20 Податкового кодексу України (далі – ПКУ) вихідна допомога включається до загального місячного (річного) оподаткованого доходу платника податку на доходи фізичних осіб та відповідним чином оподатковується за ставкою 18%.

Також слід зазначити, що до суми вихідної допомоги не застосовується податкова соціальна пільга, оскільки така виплата не належить до фонду оплати праці згідно з пп. 169.2.1 ПКУ.

Крім того, із суми вихідної допомоги також утримується військовий збір (пп. 1.2 п. 161 підрозд. 10 розд. XX ПКУ).

З огляду на те, що вихідна допомога є виплатою за невідпрацьований час, то її нарахування, згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30 листопада 1999 року № 291, в бухгалтерському обліку має відобразитися таким проведенням: по дебету субрахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності» та по кредиту субрахунку 663 «Розрахунки за іншими виплатами» [9].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, скорочення працівників на підприємстві є досить тривалим процесом, який потребує ретельного вивчення, належного рівня організації, дотримання законодавчих вимог, відповідного облікового та податкового супроводу. Найважливішим етапом процесу скорочення працівників є етап нарахування комплексу виплат, найбільш специфічною з яких є вихідна допомога. Також слід враховувати, що вихідна допомога оподатковується податком на доходи фізичних осіб та військовим збором. Важливо зазначити, що до суми вихідної допомоги не застосовується податкова соціальна пільга, оскільки така виплата не належить до фонду оплати праці. Сума нарахованої вихідної допомоги під час скорочення працівників у обліку підприємства має бути віднесена до складу інших витрат операційної діяльності як така, що застосовується у розрахунках по іншим виплатам працівникам.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Скорочення працівників: основні етапи й документальне оформлення. URL: http://zib.com.ua/ua/print/96826-skorochennya_pracivnikiv_osnovni_etapi_y_dokumentalne_oforml.html.
2. Скорочення чисельності працівників: порядок дій. URL: <https://www.buh24.com.ua/skorochennya-chiselnosti-pratsivnikiv-poryadok-diy>.
3. Мойсеєнко Т. Скорочення штату: організація та облік. Дебет-Кредит. 2008. № 46. URL: <https://dtk.com.ua/show/1cid03853.html>.
4. Процедура звільнення працівника у зв'язку зі скороченням посади URL: <http://www.kadrovik.ua/povyny/procedura-zvilnennya-pracivnika-u-zvyazku-zi-skorochennyam-posadi>.
5. Андрієнко С. Звільнення за скороченням штату: спірні питання. URL: <http://www.kadrovik.ua/content/zv-lnennya-za-skorochennyam-shtatu-sp-rn-pitannya>.
6. Мойсеєнко Т. Вихідна допомога працівнику у разі його звільнення. URL: <https://news.dtk.ua/ua/labor/labor-relations/36562>.
7. Скорочення штату підприємства і права та гарантії працівників. URL: http://protokol.com.ua/ru/skorochennya_shtatu_pidpriemstva_i_prava_ta_garantii_pratsivnikiv.
8. Скорочення штату та чисельності працівників під час реорганізації. URL: http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ010238.
9. Облік та оподаткування вихідної допомоги. URL: <https://buhgalter.com.ua/news/oplata-praczi/oblik-ta-opodatkovannya-vihidnoyi-dopomogi>.
10. Податковий Кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
11. Кодекс законів про працю України у редакції від 2 грудня 2017 року. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08/paran2#n2>.
12. Про затвердження Інструкції зі статистики заробітної плати: Наказ Державного комітету статистики України № 5 у редакції від 13 січня 2004 року. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04>.

13. Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати: Постанова Кабінету Міністрів України № 100 у редакції від 7 серпня 2015 року. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/100-95-%D0%BF>.

14. Економіка України в першому півріччі 2017 року: фактори динаміки та перспективи розвитку. URL: <http://www.icps.com.ua/ekonomika-ukrayiny-v-pershomu-pivrichchi-2017-roku-factory-dynamiky-ta-perspektyvy-rozvytku>.

ТАКСОНОМІЯ АКТИВУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ ДЛЯ ЕКСПРЕС-АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

BALANCE SHEET ASSET TAXONOMY FOR FINANCIAL POSITION EXPRESS ANALYSIS

У статті розроблено пропозиції щодо розкриття інформації про активи суб'єкта господарювання у бухгалтерському балансі з урахуванням якісних характеристик суттєвості та доречності, що уможлиблює глибоке розуміння та експрес-аналіз фінансового стану промислового підприємства. Запропоновано в активі балансу (звіту про фінансовий стан) промислових підприємств як таких, що мають нормальний операційний цикл, розкривати окремими розділами поточні та непоточні активи. Аргументовано, що такий поділ за функцією активів дає корисну інформацію для експрес-аналізу фінансового стану стосовно активів, які продаються, споживаються чи реалізуються як частина нормального операційного циклу, та активів, які використовуються в довгострокових операціях суб'єкта господарювання.

Ключові слова: контрольовані ресурси, визнання елементів фінансових звітів, склад статей активу балансу, подання активів у порядку ліквідності, подання активів за функцією в межах операційного циклу.

В статье даны рекомендации по раскрытию информации об активах предприятия в бухгалтерском балансе с учетом качественных характеристик существенности и уместности, что углубляет понимание и экспресс-анализ финансового состояния промышленного предприятия. Предложено в активе баланса (отчета о финансовом состоянии) промышленных предприятий как имеющих нормальный операционный цикл раскрывать отдельными разделами

текущие и нетекущие активы. Аргументировано, что такое разделение по функции активов дает полезную информацию для экспресс-анализа финансового состояния относительно активов, которые продаются, потребляются или реализуются в рамках нормального операционного цикла, и активов, используемых в долгосрочных операциях предприятия.

Ключевые слова: контролируемые ресурсы, признание элементов финансовых отчетов, состав статей актива баланса, представление активов в порядке ликвидности, представление активов по функции в пределах операционного цикла.

The article recommendations on information disclosure about enterprise balance sheet assets taking into account the qualitative characteristics of materiality and relevance, which deepens understanding and industrial enterprise financial position express-analysis, are presented. Disclose by separate sections current and non-current assets in the balance sheet asset (financial position statement) of industrial enterprises as having a normal operating cycle have been proposed. Argued, that such a differentiation by assets function provides useful information for financial position express-analysis concerning assets that are sold, consumed or selling within the normal operating cycle, and assets used in long-term operations of the enterprise.

Key words: controlled resources, financial statements elements recognition, of balance sheet asset items composition, assets representation in the order of liquidity, assets representation by function within the operational cycle.

УДК 657.372

Моценський С.Г.

аспірант кафедри обліку та економічного аналізу Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Постановка проблеми. Суб'єкт господарювання зазвичай використовує свої активи для виробництва товарів або надання послуг, які здатні задовольнити бажання чи потреби споживачів. Оскільки ці товари або послуги можуть задовольнити бажання або потреби, споживачі готові платити за них, а отже, сприяти надходженню грошових коштів до суб'єкта господарювання.

Для експрес-аналізу фінансового стану підприємства необхідна інформація, яку можна отримати з балансу. Сучасна трактовка бізнесу передбачає побудову балансу за економічною ознакою, в основі якого лежить ресурсна концепція. Головна ідея ресурсної концепції полягає у тому, що стійкої конкурентної переваги підприємство може досягти лише за умов створення і розвитку унікальних комбінацій ресурсів усередині підприємства.

Інформація у бухгалтерському балансі про активи підприємства як ресурси, які ним контролюються і принесуть економічну вигоду в майбутньому, є надзвичайно корисною, адже вона характеризує користувачам можливості суб'єкта

господарювання щодо генерування грошових потоків у майбутньому та дотримання принципу безперервності діяльності. Для глибокого розуміння фінансового стану суб'єкта господарювання користувачам у процесі прийняття економічних рішень потрібна доречна таксономія бухгалтерського балансу в частині інформації про активи підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Огляд вітчизняних публікацій показав, що загалом у наукових працях останніх років піднімаються такі важливі проблеми, як: адаптація даних бухгалтерського балансу до запитів управлінської системи в глобальному економічному середовищі [1]; побудова балансу на основі ресурсної концепції бізнесу [2]; невідповідність змістовного наповнення окремих статей та елементів балансу потребам аналізу фінансового стану [3]; відмінності побудови та порядку розміщення статей у бухгалтерському балансі в Україні та в зарубіжних країнах, їх відповідність вимогам МСФЗ [4]; взаємозалежність структури бухгалтерського балансу та еко-

номічної основи його побудови, відображення у балансі необоротних активів, утримуваних для продажу [5].

Постановка завдання. Метою даного дослідження є розроблення пропозицій щодо структуризації інформації про активи суб'єкта господарювання у бухгалтерському балансі з урахуванням характеристик її суттєвості та доречності для розуміння та експрес-аналізу фінансового стану промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За нормативними документами НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» та Концептуальною основою фінансової звітності, активи – це ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до збільшення економічних вигод у майбутньому [6; 7]. Закон Укра-

їни «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначає таксономію фінансової звітності як склад статей і показників фінансової звітності та її елементів, які підлягають розкриттю; трактує економічну вигоду як потенційну можливість отримання підприємством грошових коштів від використання активів [8]. У Концептуальній основі фінансової звітності майбутня економічна вигода, втілена в активі, трактується як потенціал, який може сприяти надходженню (прямо або непрямо) грошових коштів та їх еквівалентів до суб'єкта господарювання [7]. Для визнання активу в балансі здійснюється відповідне тестування наявних ресурсів (рис. 1).

Доречно додати, що в Господарському кодексі України сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються чи використовуються

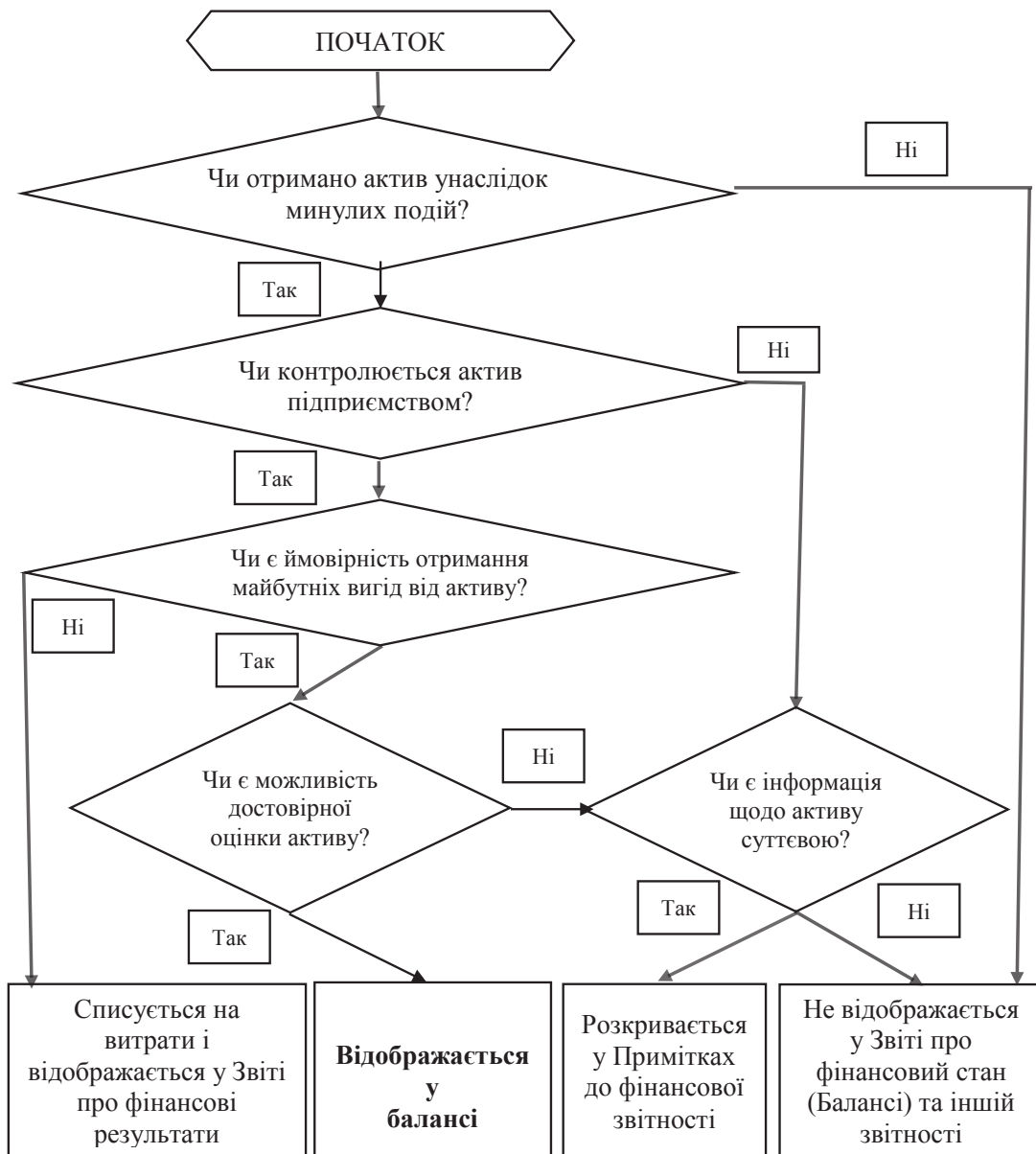


Рис. 1. Схема визнання активів у бухгалтерському балансі

у діяльності суб'єктів господарювання та відображаються в їх балансі або враховуються в інших передбачених законом формах обліку майна цих суб'єктів, визнаються майном [9, ст. 139]. Згідно із Цивільним кодексом України, до складу підприємства як єдиного майнового комплексу входять усі види майна, призначені для його діяльності, включаючи земельні ділянки, будівлі, споруди, устаткування, інвентар, сировину, продукцію, права вимоги, борги, а також право на торговельну марку або інше позначення та інші права, якщо інше не встановлено договором або законом [10, ст. 191].

Структурною одиницею активу бухгалтерського балансу є стаття. Цей елемент фінансового звіту повинен відповідати критеріям, установленим НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: інформація є суттєвою; оцінка статті може бути достовірно визначена [6]. Основою для заповнення активу балансу та формування певної його статті є бухгалтерські записи про залишки (сальдо) на кінець звітного періоду на синтетичних рахунках і субрахунках. Усі ці записи повинні бути підтверджені відповідними первинними документами.

Форма і склад статей бухгалтерського балансу вітчизняних підприємств також регламентуються НП(С)БО 1. Заповнення форми бухгалтерського балансу вітчизняних підприємств регламентується Методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової звітності [11]. Згідно із цими нормативними документами, у бухгалтерському балансі активи деталізуються на три групи за ступенем ліквідності майна: необоротні активи (розділ 1); оборотні активи (розділ 2); оборотні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття (розділ 3). При цьому структура активу балансу узгоджується з класом 1 «Необоротні активи», класом 2 «Запаси» та класом 3 «Кошти, розрахунки та інші активи» Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [12].

Варто зауважити, що Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 (МСБО 1) «Подання фінансової звітності» не визначає форму звіту про фінансовий стан (балансу), але містить мінімальний перелік статей, які необхідно наводити в активі: а) основні засоби; б) інвестиційна нерухомість; в) нематеріальні активи; г) фінансові активи; ґ) інвестиції, обліковані із застосуванням методу участі в капіталі; д) біологічні активи; е) запаси; є) торговельна та інша дебіторська заборгованість; ж) грошові кошти та їх еквіваленти; з) загальна сума активів, класифікованих як утримувані для продажу, та активи, включені у ліквідаційні групи [13, п. 54].

Також цей міжнародний документ зауважує, що пропуск або викривлення статей є суттєвими, якщо вони можуть (окремо чи в сукупності) впли-

вати на економічні рішення, які приймають користувачі на основі фінансової звітності [13, п. 7]. При цьому відзначається, що суб'єкт господарювання складає судження щодо того, чи подавати окремо додаткові статті, на основі оцінки: а) характеру і ліквідності активів; б) функції активів у межах суб'єкта господарювання [13, п. 58].

Необхідно підкреслити, що МСБО 1 «Подання фінансової звітності» наголошує на тому, що суб'єкт господарювання як окремі класифікації у своєму звіті про фінансовий стан подає *поточні* та *непоточні* активи за винятком випадків, коли подання, що базується на ліквідності, надає інформацію, що є обґрунтованою та більш доречною [13, п. 60]. Доречно додати, що в МСБО 1 «Подання фінансової звітності» чітко вказується на необхідність подання інформації про активи та зобов'язання у порядку зростання чи зменшення ліквідності, ніж подання на основі поточні/непоточні, **ВИНЯТКОВО** для фінансових установ, оскільки вони не постачають товари або послуги в межах операційного циклу, який можна чітко визначити [13, п. 63].

Суб'єкт господарювання повинен класифікувати актив як поточний, якщо: а) він сподівається реалізувати цей актив або має намір продати чи спожити його у своєму нормальному операційному циклі; б) він утримує актив переважно для продажу; в) він сподівається реалізувати актив протягом дванадцяти місяців після звітного періоду; г) актив є грошовими коштами чи еквівалентами грошових коштів. Усі інші активи слід класифікувати як непоточні, що включають матеріальні, нематеріальні та фінансові активи довгострокового характеру [13, п. п. 66–67].

Суб'єкт господарювання розкриває у звіті про фінансовий стан більш детальну розбивку поданих рядків із використанням класифікації, яка підходить для операцій суб'єкта господарювання. Рівень деталізації в поданні розбивок залежить від вимог МСФЗ. Статті основних засобів деталізуються за класами відповідно до МСБО 16 «*Основні засоби*», зокрема: земля; будівлі; машини та обладнання; автомобілі; меблі та приладдя; офісне обладнання. Дебіторську заборгованість деталізують із виділенням сум до отримання від торгових клієнтів, до отримання від зв'язаних сторін, авансів виданих та інших сум. Запаси поділяють на види відповідно до МСБО 2 «*Запаси*», такі як товари, основні та допоміжні виробничі матеріали, незавершене виробництво та готова продукція [13, п. 78].

У бухгалтерському балансі використовують кілька різних основ оцінки активів. Концептуальна основа фінансової звітності визначає такі бази оцінки: а) *історичну собівартість*, коли активи відображаються за сумою сплачених грошових коштів чи їх еквівалентів або за справедливою вартістю компенсації, виданої, щоб придбати їх, на

момент їх придбання; б) *поточну собівартість*, коли активи відображаються за сумою грошових коштів або їх еквівалентів, яка була б сплачена в разі придбання такого самого або еквівалентного активу на поточний момент; в) *вартість реалізації (погашення, справедливу)*, коли активи відображаються за сумою грошових коштів або їх еквівалентів, яку можна було б отримати на поточний момент шляхом продажу активу в ході звичайної реалізації; г) *теперішню вартість*, коли активи відображаються за теперішньою дисконтованою вартістю майбутніх чистих надходжень грошових коштів, що їх, як очікується, має генерувати стаття під час звичайної діяльності суб'єкта господарювання [7]. МСБО 1 «Подання фінансової звітності» відзначає, що застосування різних основ оцінки для різних класів активів передбачає, що їх характер або функція відрізняються, а тому

суб'єкт господарювання подає їх у вигляді окремих рядків [13].

У табл. 1 представлено рекомендації щодо розкриття інформації у розділах активу бухгалтерського балансу промислового підприємства з урахуванням вимог міжнародних документів у частині доречності та суттєвості подання статей для розуміння фінансового стану суб'єкта господарювання. Також такий підхід ураховує вимоги вітчизняного НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» стосовно уніфікації форми бухгалтерського балансу, дотримується рекомендацій щодо деталізації активів на три групи за ступенем ліквідності майна та зберігає послідовну узгодженість із класами та рахунками вітчизняного Плану рахунків.

Метою експрес-аналізу фінансового стану є насамперед оцінка динамічності масштабів діяльності суб'єкта господарювання (через темп

Таблиця 1

Рекомендована таксономія активу бухгалтерського балансу промислового підприємства для поглибленого розуміння та експрес-аналізу фінансового стану

Актив	Код рядка	На поч. звітного періоду	На кін. звітного періоду
I. Непоточні активи (I^A)			
Основні засоби, у т. ч.	1000		
- первісна вартість	1001		
- знос	1002	()	()
- інвестиційна нерухомість	1003		
- машини та обладнання	1004		
Нематеріальні активи	1010		
- первісна вартість	1011		
- накопичена амортизація	1012	()	()
Капітальні інвестиції	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції, у т. ч.	1030		
- за методом обліку участі в капіталі інших підприємств	1031		
- інші інвестиції непов'язаним сторонам	1032		
Відстрочені податкові активи	1040		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1050		
Усього непоточних активів	1060		
II. Поточні активи (II^A)			
Запаси (II ^{A.1}), у т. ч.	1100		
- виробничі запаси	1101		
- незавершене виробництво	1102		
- готова продукція	1103		
- необоротні активи та групи вибуття, утримувані для продажу	1104		
Витрати майбутніх періодів	1110		
Дебіторська заборгованість, у т. ч.	1120		
- за продукцію, товари, роботи, послуги, скоригована на резерв сумнівних боргів	1121		
- за розрахунками з бюджетом	1122		
у тому числі з податку на прибуток	1123		
Поточні фінансові інвестиції	1130		
Векселі одержані та інші кошти	1140		
Грошові кошти та їх еквіваленти	1150		
Усього поточних активів	1160		
БАЛАНС	1200		

«Золоті правила» експрес-аналізу бухгалтерського балансу для формування судження про «нормальний» фінансовий стан суб'єкта господарювання [14]

Правило	Вимоги для виконання умови «нормального» фінансового стану
Правило 1.	$\Delta A = \Delta П$
Правило 2.	$I^A \leq I^П; I^П - I^A > 0; I^П / I^A > 1$
Правило 3.	$II^A \geq II^П + III^П + IV^П$
Правило 4.	$I^П + II^П > I^A; (I^П + II^П) - I^A > 0; I^A / (I^П + II^П) \leq 1; (I^П + II^П) / I^A \geq 1$
Правило 5.	$II^A > III^П + IV^П$
Правило 6.	$II^П \leq I^A$
Правило 7.	$T II^A > T I^A; T (I^A + II^A) > T I^A;$
Правило 8.	$BOK = II^A - III^П - IV^П > 0; \Delta BOK; BOK < II^{A1} \leq BOK + III^П$
Правило 9.	$II^A / III^П + IV^П \geq 1; T_{BOK} > T II^A > T (III^П + IV^П)$
Правило 10.	$(I^П + II^П) / (I^A + II^{A1}) \geq 1$

зростання показників балансу – T), виявлення тенденцій безперервності його діяльності у майбутніх періодах (через абсолютний приріст показників балансу – Δ). «Золоті правила» експрес-аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання, що забезпечують миттєвою інформацією про фінансову рівновагу та ліквідність, «нормальний» фінансовий стан, динамічність масштабів діяльності та тенденції безперервності діяльності, узагальнено в табл. 2. Наведені правила враховують запропоновану таксономію активу бухгалтерського балансу промислового підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Від якості активів та їх обсягів залежать конкурентоспроможність підприємства, можливість реалізувати на ринку певну стратегію дій та задовольнити попит споживачів. Доречна таксономія активу в бухгалтерському балансі промислового підприємства уможливує глибоке розуміння та експрес-аналіз його фінансового стану.

МСФЗ суворо не визначають формати фінансових звітів, єдиним критерієм відображення суми окремої статті або об'єднання її з іншими є суттєвість. Згідно з МСБО 1, кожний суттєвий клас подібних об'єктів необхідно наводити у фінансових звітах окремо, несуттєві статті окремо не виділяють, а об'єднують зі статтями, що подібні за характером або функціями.

Використання назв та порядок наведення статей в активі бухгалтерського балансу необхідно здійснювати згідно з характером суб'єкта господарювання та його операціями, щоби надати інформацію, яка є доречною та суттєвою для глибокого розуміння та експрес-аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання. Оскільки суб'єкти господарювання, що є нефінансовими корпораціями, постачають товари або послуги в межах операційного циклу, який можна чітко визначити, для таких суб'єктів господарювання активи в бухгалтерському балансі доречно розмежовувати на поточні та непоточні, що відповідає положенням міжнародних документів. Також доречність інформації для розуміння та експрес-аналізу фінансового

стану суб'єкта господарювання забезпечується через деталізацію у складі активів бухгалтерського балансу статей за їх функціями, а саме: монетарні і немонетарні; операційні і фінансові.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Проданчук М. Адаптація даних бухгалтерського балансу до запитів управлінської системи у глобальному економічному середовищі. Бухгалтерський облік і аудит. 2013. № 10. С. 7–17.
2. Кучеренко Т. Баланс в контексті з ресурсною концепцією капіталу. Вісник ТНЕУ. 2009. № 1. С. 148–159.
3. Лега О.В. Баланс підприємства: історія та сучасні реалії. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 11. С. 863–868.
4. Руда І.О., Мельянова Л.В. Міжнародна практика складання та подання балансу. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2013. Вип. 10(4). С. 208–212.
5. Омельченко О.Ю., Якобчук Є.В. Еволюція структури бухгалтерського балансу: причини та наслідки. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. № 1. С. 158–163.
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ від 07.02.2013 №73 (зі змінами). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/>
7. Концептуальна основа фінансової звітності / IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.09.2010. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_009/
8. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»: Закон від 16.07.1999 № 996-XIV (зі змінами). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
9. Господарський Кодекс України: Закон від 16 січня 2003 р. № 436-15 (зі змінами). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
10. Цивільний кодекс України: Закон від 16.01.2003 № 435-15 (зі змінами). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
11. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності: Наказ від 28.03.2013 № 433 (зі змінами). URL: <https://zakon.help/law/433/nopagination>.

12. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ від 30.11.99 № 291. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11>.

13. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 (МСБО 1) «Подання фінансової звітності» / Рада з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку;

Міжнародний документ від 01.01.2012 № 929-013. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_013.

14. «Golden rules» in the analysis of the balance sheet / O.E. Kuzminska, S.V. Kalabukhova, S.G. Moshchensky. Economics, Management, Law: socio-economic aspects of development: Collection of scientific articles. 2016. Vol 2. P. 23–26.

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

STRATEGIC ASPECTS OF PRICING AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

У статті проаналізовано проблеми, тенденції та галузеві особливості ціноутворення у харчовій промисловості, відображено стратегічні напрями його формування та określено шляхи підвищення ефективності. На прикладі ПАТ «Яготинський маслозавод» проведено дослідження динаміки і структури операційних витрат, витрат на 1 грн. продукції та показників рентабельності, що є інструментарієм обґрунтування ціни. Проведений аналіз сприятиме підвищенню ефективності ціноутворення – невід'ємного чинника складного механізму господарської діяльності сучасного підприємства.

Ключові слова: ціна, стратегія, попит, витрати, виробництво, підприємство, харчова промисловість, аналіз, собівартість.

В статье проанализированы проблемы, тенденции и отраслевые особенности ценообразования в пищевой промышленности, отражены стратегические направления его формирования и намечены пути повышения эффективности. На примере ОАО «Яготинский маслозавод» проведено исследование динамики и структуры операционных расходов, затрат на 1 грн. про-

дукции и показателей рентабельности, являющихся инструментарием обоснования цены. Проведенный анализ будет способствовать повышению эффективности ценообразования – неотъемлемого фактора сложного механизма хозяйственной деятельности современного предприятия.

Ключевые слова: цена, стратегия, спрос, расходы, производство, предприятие, пищевая промышленность, анализ, себестоимость.

The article analyzes the problems, tendencies and sectoral peculiarities of pricing in the food industry, reflects the strategic directions of its formation and outlines ways of increasing efficiency. For example, PJSC "Yagotynsky Dairy Factory" conducted a study of the dynamics and structure of operating costs, costs for 1 UAH of products and indicators of profitability, which are tools for justifying the price. The conducted analysis will promote increase of efficiency of pricing - an integral factor of the complex mechanism of economic activity of the modern enterprise.

Key words: price, strategy, demand, costs, production, enterprise, food industry, analysis, cost.

УДК 338.58:65.014

Слободян Н.Г.

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових
технологій

Бугакова А.А.

студентка
Національний університет харчових
технологій

Постановка проблеми. Ціноутворення на підприємствах харчової промисловості – це складний процес обґрунтування формування ціни, визначення її структури, рівня та залежності. Процес ціноутворення орієнтується на відповідну цінову політику підприємства. У виробництві цінова політика може мати різні наслідки щодо формування результатів діяльності, тому, здійснюючи цінову політику, підприємству необхідно обґрунтовувати управлінські рішення, виходячи з фінансових наслідків підвищення або зниження цін. Удосконалення ціноутворення на підприємствах харчової промисловості слід розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. Від цього залежать поліпшення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем пошуку методів удосконалення цінової політики на підприємствах харчової промисловості постало у центрі уваги багатьох науковців. Зокрема, А. Наумчик, О. Варченко, Б. Пасхавер, Г. Черевко, О. Лівінський, В. Котляренко, Г. Осадча та ін. вивчали особливості економічної діяльності підприємств харчової промисловості. Так, А. Наумчик визначає важливі складники зовнішнього середовища, які впливають на результати діяльності харчового підприємства. О. Варченко спирається на питання державного та ринкового регулювання продовольчої безпеки через

регулювання ціноутворення на підприємствах харчової промисловості [2]. Б. Пасхавер приділяє увагу питанням продовольчої безпеки, ціновій ситуації та ціновій політиці в агросфері та ціновій конкуренції на ринку продуктів харчування [3]. За Г. Черевко та О. Лівінським держава вагомо впливає на ціноутворення в різних галузях промисловості, а особливо на підприємствах харчової промисловості [4]

Політика ціноутворення передбачає розроблення та вибір загального напрямку у ціноутворенні, підходів до визначення ціни для отримання максимального прибутку з урахуванням попиту на продукцію, його властивостей і життєвого циклу, а також напрямку зміни ціни залежно від дії різних чинників. Під стратегією ціноутворення розуміють комплексний підхід до формування політики цін на довгострокову перспективу, що сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства.

Стратегії ціноутворення поділяються на базові (співвідношення «ціна – якість») та стратегії цінової адаптації [5]. У сучасних складних умовах ринку споживчих товарів в Україні дослідження стратегій цінової адаптації представляє науковий і практичний інтерес.

Узагальнюючи науково-теоретичні напрацювання, можна виділити чотири основні варіанти поведінки підприємства в умовах ринку і відповідні їм цінові політики:

– забезпечення процесу виживання: розроблення програм цінових знижок, установлення

ціни на продукцію, яка забезпечить покриття витрат і мінімальну прибутковість;

- максимізація поточного прибутку: як правило, розробляється система цін, яка дасть можливість отримати максимальний прибуток у найближчій перспективі;

- завоювання лідерства за показниками якості: за високої якості продукції використовується система преміальних націнок, за низької – встановлюється низька ціна реалізації;

- завоювання лідерства за показниками частини ринку: система цін має бути гнучкою, привабливою як для покупців, яких цікавлять дешеві види продукції, так і тих, що зацікавлені у продукції високої якості.

Разом із тим окремі питання ще залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, практично залишається недослідженим таке складне, але дуже важливе питання, як галузеві особливості ціноутворення на підприємствах харчової промисловості, науково-методичні засади формування цін з урахуванням державного регулювання, дослідження особливостей та стану ринку товарів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей стратегії ціноутворення на підприємствах харчової промисловості, зокрема на підприємствах молокопереробної галузі, та визначення впливу цих особливостей на формування цін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ціна як грошовий вираз вартості та кількості грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару на товарному ринку, відіграє центральну роль у системі ринкового механізму й є об'єктивною економічною категорією, яка функціонує тільки на основі економічних законів. Рівень конкуренції на всі продукти харчування досягли неймовірних розмірів, що свідчить про те, що сформована ціна на підприємствах харчової промисловості має відповідати кон'юктурі ринку. На даному етапі для нашої держави умови для конкуренції на внутрішньому ринку вітчизняних продуктів з імпортними аналогами несприятливі [6]. У наших товаровиробників вищі витрати виробництва, що пов'язане з технологічним відставанням, загальним станом економіки й інфляційними процесами. Крім того, відсутня сприятлива ринкова інфраструктура, недостатньо розвинутий маркетинг, зокрема рекламні заходи для просування товарів вітчизняного виробництва на внутрішньому та зовнішньому ринках. Отже, Україна, насамперед, повинна захистити внутрішній ринок від зовнішньої експансії, а також вести активний та дієвий пошук споживачів своєї виробленої продукції відповідно до кон'юктури світового ринку на основі довгострокового взаємовигідного внутрішнього партнерства, виходу з кризи та подальшого розвитку підприємств харчової промисловості. Крім того,

необхідно впроваджувати інноваційні ресурсощадні технології для поліпшення конкурентоспроможної продукції на діючих підприємствах.

Цінова політика інтенсивно формує грошові потоки, що надходять на підприємство через обсяги реалізованої продукції і рівень ціни [6].

Внаслідок історичних, економічних, природно-кліматичних умов і національних та побутових традицій населення України звикло споживати порівняно велику кількість молока і молочних продуктів. Відповідно до офіційної статистики, динаміка обсягів виробництва молочних виробів в Україні має стійку тенденцію до спаду виробництва та споживання за останні три роки (рис. 1).

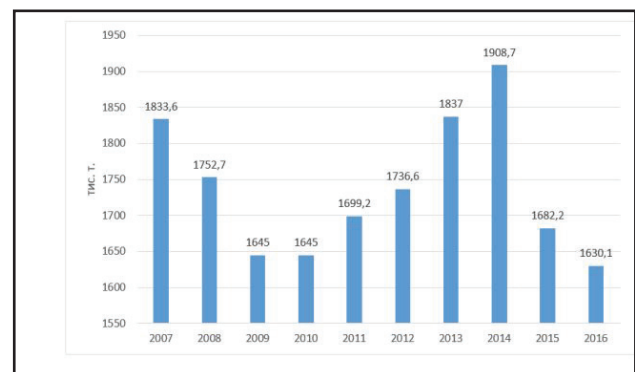


Рис. 1. Динаміка виробництва молочної продукції в Україні

За даними статистики можна побачити різкий спад виробництва молочної продукції у 2016 р. на 278,6 тис. т порівняно з 2014 р. Зазначені тенденції є наслідком втрати інтересу до утримання молочних тварин усіма категоріями господарств через щорічне подорожчання кормів, паливо-мастильних матеріалів та електроенергії, недосконалий механізм дотування сільськогосподарських товаровиробників за рахунок повернення ПДВ та недостатню державну підтримку молочного тваринництва. Тому формування системи ціноутворення має відповідальне завдання оптимізації діяльності для отримання прибутку в умовах зменшення виробництва.

Сьогодні ринок харчових продуктів в Україні різноманітний і насичений, але постійно постає питання щодо відповідності ціни й якості продукції. Як відомо, на якість впливають технічна оснащеність підприємства, кваліфікаційний рівень підготовки робітників і спеціалістів, відповідність стандартам сировинних ресурсів тощо. Якість харчової продукції, що пропонується споживачу, і прямі витрати виробництва, що ототожнюються зі змінними, маржинальними витратами, знаходяться майже в прямій залежності [7].

Затяжна криза в сільському господарстві зумовила фінансове зниження купівельної спроможності товаровиробників, зростання рівня

заборгованості, надмірного зношення та неможливості відтворення основних засобів виробництва [9].

Слід відзначити, що в Україні встановлення цін на молочну продукцію регулюється Законом України «Про ціни і ціноутворення» [1], Постановою Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548 «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)», які визначають, що: граничні торговельні (постачальницько-збутові) надбавки до торговельні (постачальницько-збутові) надбавки до оптової ціни виробника (митної вартості) на молоко, сир, сметану, масло вершкове – не вище 15% без урахування витрат на їх транспортування у міжміському сполученні; оптово-відпускні ціни на молоко, сир, сметану, масло вершкове, яйця курячі, цукор, олію соняшникову – шляхом декларування їх зміни.

Під час формування системи ціноутворення необхідно враховувати принципи ціноутворення: наукового обґрунтування цін; цільового спрямування цін; зв'язку ціноутворення із загальною стратегією підприємства і ринковою кон'юнктурою; безперервного процесу ціноутворення; єдності процесу ціноутворення і контролю над дотриманням цін; збереження і розвитку сировинних ринків; забезпечення зв'язку цінової політики зі спеціалізацією підприємства.

Дослідження рекомендацій щодо процесу формування ціни на підприємстві, викладених у науковій і методичній літературі, дало змогу сформулювати послідовність основних етапів розроблення цін на продукцію підприємств молокопереробної промисловості (рис. 2).

У практиці ціноутворення використовують різноманітні методи визначення вихідної ціни на товари, які можна об'єднати у три базові моделі, відповідно до факторів, що визначають цінову політику фірми:

- 1) модель ціноутворення, що базується на витратах виробництва;
- 2) модель ціноутворення, що базується на попиті;
- 3) модель ціноутворення, що базується на конкуренції.



Рис. 2. Етапи процесу формування ціни на продукцію підприємств

Вибір конкретного методу визначення ціни визначається фінансовим станом підприємства, його галузевою приналежністю, особливостями продукції, цілями і стратегіями ціноутворення.

Важливим складником системи ціноутворення є аналіз результатів діяльності. Проведено аналіз показників господарської діяльності ПАТ «Яготинський маслозавод», що нині є провідним лідером серед молокопереробних підприємств в Україні. Яготинський маслозавод випускає 36 видів молочної продукції під ТМ «Яготинське»: масло, молоко, сметану, кефір, ряжанку, термостатну молочну продукцію, м'які і кисломолочні сири, йогурти та іншу продукцію, яка стрімко завойовує лідерство з продажів та цінової політики. У даному разі слід робити акцент на дослідженні витрат підприємства, собівартості виробництва і реалізації продукції.[6] Аналіз операційних витрат за економічними елементами здійснюють шляхом порівняння фактичних витрат із кошторисом (бюджетом) та досягнутими показниками за минулий період у грошовому вимірі та за структурою (табл. 1).

Як видно з табл. 1, сума операційних витрат у 2016 р. зросла на 445 438 тис. грн. або на 45,8%. Найбільше зростання відбулося за елементом «Матеріальні витрати» – на 369 877 тис. грн. (47,2%), переважно за рахунок підвищення цін на сировину і матеріали, тарифів на енергоресурси та перевезення. Інші елементи зросли незначно за винятком «Інші операційні витрати» (на 65,0%). До складу інших операційних витрат входять досить різні витрати, а саме: платежі на обов'язкове страхування майна підприємства, сплату відсотків за короткострокові кредити і позики, витрати на реалізацію продукції, витрати на відрядження, плату стороннім організаціям за охорону,

Таблиця 1

Аналіз операційних витрат за елементами за даними ПАТ «Яготинський маслозавод»

Стаття за елементом витрат	Витрати тис. грн.				Відхилення	
	2015 р. тис. грн.	Структура, %	2016 р. тис. грн.	Структура, %	Абсолют., тис. грн.	Структура, %
Матеріальні витрати	782951	78,6	1152828	79,5	369877	+0,9
Витрати на оплату праці	48713	4,9	52692	3,6	3979	-1,3
Витрати на соц. заходи	16691	1,7	18281	1,3	1590	-0,4
Амортизація	26406	2,7	28154	1,9	1748	-0,8
Інші операц. витрати	120367	12,1	198611	13,7	78244	+1,6
Разом	995128	100	1450566	100	445438	-

Таблиця 2

Аналіз витрат на 1 грн. та показників рентабельності ПАТ «Яготинський маслозавод»

Показник	Код рядка, ф. № 2	2015 р.	2016 р.	Відхилення (+, -) (гр. 3 – гр. 2)	Темп зміни, % гр.3:гр.2x100
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт), тис. грн.	035	1171732	1659649	+487917	141,6
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, послуг, робіт), тис. грн.	040	894377	1271181	+376804	142,1
3. Адміністративні витрати, тис. грн.	070	19244	15462	-3782	80,3
4. Витрати на збут, тис. грн.	080	127193	210096	+82903	165,2
5. Інші операційні витрати	2180	22021	13132	-8889	59,6
6. Повна собівартість реалізованої продукції (товарів, послуг, робіт) (р.2+р.3+р.4+5), тис. грн.	040+070+080+2180	1062835	1509871	+447036	142,1
7. Прибуток від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт) (р.1-р.6), тис. грн.	035- (040+070+080+2180)	108897	149778	+40881	137,5
8. Витрати на 1 грн. продукції, (р.6:р.1) ·100, коп.		90,70	90,98	0,28	100,3
9. Рентабельність продажів, % (р.7:р.1)·100		9,3	9,0	-0,3	-
10. Рентабельність витрат, % (р.7:р.6) ·100		10,2	9,9	-0,3	-

витрати на гарантійний ремонт і обслуговування, оплату послуг зв'язку, плату за оренду окремих об'єктів основних засобів, плату за землі сільськогосподарського призначення, платежі за викиди забруднюючих речовин у навколишнє середовище, податок із власників транспортних засобів, знос нематеріальних активів та ін.

Внаслідок впливу зміни цін зазнала змін структура операційних витрат в розрізі елементів, відбулося збільшення питомої ваги матеріальних та інших операційних витрат.

Для будь-якого підприємства, яке формує довгострокову цінову політику, важливо постійно аналізувати показники рентабельності та витрат на 1 грн. продукції, що дасть змогу оцінити чинники, що впливають на рівень витрат і фінансові результати. Такий тематичний аналіз проведено за даними підприємства ПАТ «Яготинський маслозавод» за 2015–2016 рр. (табл. 2).

Як видно з табл. 2, чистий дохід підприємства зріс на 487 917 тис. грн., або на 41,6%, зростання собівартості реалізації – на 376 804 тис. грн., або на 42,1%. Спостерігається зниження адміністративних витрат (-3 782 тис. грн.) та інших операційних витрат (-8 889 тис. грн.) та значне зростання витрат на збут (82 903 тис. грн.). Витрати на 1 грн. продукції під впливом цих факторів зросли на 0,28 коп., або на 0,3%. Прибуток від реалізації продукції зріс на 40 881 тис. грн. (37,5%). Внаслідок переважного зростання витрат над позитивним фінансовим результатом показники рентабельності знизилися на 0,3%, рентабельність реалізації становила 9,0%, рентабельність загальних витрат – 9,9%. Це свідчить, що цінова політика підприємства відповідає засадам державного регулювання цін, не перевищує граничний рівень рентабельності. Але підприємству необхідно реалізувати резерви зниження витрат для недопущення погіршення показників витрат на 1 грн. та рентабельності в подальшій діяльності.

Для забезпечення ефективності діяльності і рентабельності підприємств молокопереробної промисловості необхідно:

- дотримання принципів ефективного ціноутворення для розвитку як самого підприємства, так і молокопереробної галузі загалом;

- використання широкого набору методів ціноутворення, що забезпечує визначення найбільш прийнятної ціни;

- врахування особливостей діяльності підприємств і самої продукції: природно-географічного розміщення, сезонності надходження сировини, асортименту готової продукції, якісного складу продукції та ін.;

- розроблення системи різних видів знижок до ціни для підвищення гнучкості цінової політики підприємства;

– впровадження сучасних інформаційних технологій, економіко-математичних методів і засобів обчислювальної техніки для оперативного дослідження чинників, що впливають на процес ціноутворення.

Безумовно, необхідний ретельний аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на цінову політику підприємства. До внутрішніх факторів, які зазвичай ураховуються, належать такі: маркетингові цілі компанії, стратегія маркетингового комплексу, витрати виробництва і організація діяльності. Зовнішні фактори ціноутворення включають стан ринку і попиту, державне регулювання цін, канали розподілу, споживачів, конкуренцію й інші елементи оточення підприємства. Вирішальним етапом можна виділити вибір моделі та конкретного методу розрахунку ціни.

Отже, можна узагальнити, що будь-яка цінова модель, щоб залишатися актуальною й ефективною, повинна переглядатися та змінюватися у разі вдосконалення чи створення нової продукції, зміни конкурентного середовища, стадії життєвого циклу товару, зміни витрат виробництва. Практика свідчить, що цінові стратегії можуть містити низку стратегічних помилок: надмірна орієнтація на витрати, ціни не достатньо адаптовані до зміни ринкових умов (запізнювання чи тимчасове випередження в орієнтації цін на ринкові зміни), ціна розглядається окремо від інших елементів маркетингу, відсутність варіацій ціни залежно від різних складових частин, характеристик товару і сегментів ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, на сучасному етапі розвитку ринкових відносин система ціноутворення є засобом, що забезпечує формування базової ціни, її коригування та управління, сприяє підвищенню ефективності і рентабельності будь-якого підприємства харчової промисловості. Для підприємств, на продукцію яких установлені регульовані ціни, важливим є напрям формування адаптації цінової стратегії

до сучасних ринкових умов, використання проміжних моделей базового ціноутворення, заснованих на оптимізації витрат, з урахуванням споживчого попиту та конкурентних цін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про ціни й ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007- VI зі змінами і доповненнями (остання редакція від 05.01.2013, підстава 5496-17) URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/500717>.
2. Варченко О. К вопросу соединения государственного и рыночного регулирования продовольственной безопасности. Экономика Украины. 2004. № 7. С. 53–59.
3. Пасхавер Б. Продовольственный аспект преодоления бедности. Экономика Украины. 2004. № 10. С. 71–76.
4. Лівінський О.М. Державне управління і ціноутворення в ринкових умовах. Економіка та держава. 2005. № 3. С. 6–9.
5. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 480 с.
6. Чернелевський Л.М., Осадча Г.Г. Управлінський облік на підприємствах харчової промисловості: навчальний посібник. К.: Пектораль, 2005. 359 с.
7. Осадча Г.Г., Власенко І.М. Ціноутворення на продукцію харчової промисловості URL: <http://magazine.faaf.org.ua/cinoutvorennya-na-produkciyu-harchovoi-promislovosti.html>.
8. Бетехтіна Л.О. Ціноутворення як фактор підвищення конкурентоспроможності. Ефективна економіка. 2012. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_18.
9. Пащенко О.В. Ціноутворення на ринку молока і молочної продукції. Ефективна економіка. 2014. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3407>.
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318, зі змінами і доповненнями.
11. Офіційний сайт «Яготинський маслозавод». URL: <https://milkalliance.com.ua/company/inform/yagotinskij-maslozavod/>.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

THEORETICAL ASPECTS OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL PROCURING OF PROJECT MANAGEMENT

УДК 658.012

Фатенок-Ткачук А.О.

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейський національний
університет
імені Лесі Українки

Бурачок І.В.

студент
Східноєвропейський національний
університет
імені Лесі Українки

У статті визначено основні облікові процедури в управлінні проектами. Визначено сутність інформаційного забезпечення управлінської діяльності. Визначено завдання облікової інформації в управлінні проектами. Актуалізовано місце обліково-аналітичного забезпечення у системі управління проектами.

Ключові слова: управління проектами, обліково-аналітичне забезпечення, інформаційне забезпечення, система управління проектами.

В статье определены основные учетные процедуры в управлении проектами. Определена сущность информационного обеспечения управленческой деятельности. Определены задачи учетной информации в

управлении проектами. Актуализировано место учетно-аналитического обеспечения в системе управления проектами.

Ключевые слова: управление проектами, учетно-аналитическое обеспечение, информационное обеспечение, система управления проектами.

The article defines the main accounting procedures in project management. The essence of informational support in management activity is determined. The tasks of accounting information in project management are suggested. The place of accounting and analytical procuring for the project management system has been updated.

Key words: project management, accounting and analytical procuring, information support, project management system.

Постановка проблеми. У сучасних умовах світового соціально-економічного розвитку особливо важливим стало інформаційне забезпечення процесу управління, що полягає в отриманні й обробці інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Сьогодні однією з основних функцій бухгалтерських служб є інформаційне забезпечення проектів, що впроваджуються на підприємстві. Від повноти наданої інформації буде залежати і процес впровадження цього проекту, і його ефективність. Планування проектів у поєднанні з процесами регулювання й контролю впровадження утворюють процес управління проектами. Світовий досвід свідчить, що управління проектами стало загальним стандартом поведінки у практичній діяльності всіх успішно діючих підприємств, тому обліково-аналітичне забезпечення цього процесу заслуговує на увагу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблеми обліково-аналітичного забезпечення процесу управління проектами зробили такі вчені: Ф.Ф. Бутинець, Г.Г. Кірейцев, О.Д. Гудзинський, М.Я. Дем'яненко, Т.М. Мельник, М.С. Пушкар, П.Т. Саблук, В.М. Самочкін та ін. Незважаючи на цінність праць перерахованих учених, існує низка невирішених теоретичних та практичних питань, що потребують подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення теоретичних аспектів обліково-аналітичного забезпечення управління проектами підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному розумінні проект – це те, що змінює світ: науково-дослідна діяльність, за якої отримують нові фундаментальні та прикладні зна-

ння, реконструкція підприємства, створення нової організації, розроблення нової технології й техніки, створення кінофільму, розвиток регіону [9, с. 274].

Розроблення й впровадження проектів вимагає від замовника і команди розробників спеціальних та міждисциплінарних знань, а саме: вивчення економічних особливостей як самого підприємства, так і зовнішнього середовища, об'єктивного техніко-економічного обґрунтування доцільності проектного рішення тощо.

Проектування майже завжди пов'язане з ризиком. Оскільки об'єкт управління змінюється, то постійно змінюється й система управління проектуванням, тобто відбуваються організаційні зміни. Досить часто змінюються варіанти технічних рішень і технологій. Помилки планування і ціноутворення є неминучим атрибутом будь-якого неоднозначного інноваційного проекту [8, с. 10].

Проект тимчасово поєднує зовсім різних людей, які активно взаємодіють між собою протягом обмеженого проміжку часу. Після завершення проекту сформовані зв'язки зберігаються і можуть знову актуалізуватися в майбутньому.

Можна виділити основні етапи формування проекту: усвідомлення та формулювання практичної проблемної ситуації, обґрунтування можливості й доцільності проекту (ініціювання); збирання інформації, вивчення накопиченого досвіду перетворення дійсності й аналогічних проектів, створення концепції, формування завдання щодо проектування, визначення вимог до проекту, ухвалення рішення про проведення проектування; формування команди проектувальників; (планування); проектування; впровадження проекту; аналіз проекту; внесення змін; управління змінами; завершення роботи.

Ефективність проекту залежить від якості управління ним. Своєю чергою, управління проектами – це використання знань, досвіду, методів і засобів до робіт проекту для задоволення вимог, що пред'являються до проекту, і очікувань учасників проекту. Щоб задовольнити ці вимоги, необхідно знайти оптимальне поєднання між цілями, термінами, витратами, якістю й іншими характеристиками проекту [11, с. 34].

За визначенням, яке запропонував Інститут управління проектами США, управління проектами – це мистецтво керівництва й координації людських і матеріальних ресурсів протягом життєвого циклу проекту шляхом застосування системи сучасних методів і техніки управління для досягнення визначених у проекті результатів за складом і обсягом робіт, вартістю, часом, якістю та задоволеністю учасників проекту [1, с. 27].

Специфіка прийняття управлінських рішень визначається повнотою, достовірністю та невідзначеністю інформації, на базі якої їх приймають. Сутність інформаційного забезпечення управлінської діяльності формується за рахунок сукупності інформаційних ресурсів, які сприяють ефективному проведенню процесу управління, зокрема розробленню та реалізації управлінських рішень. Інформаційне забезпечення – це якісне інформаційне обслуговування управлінського персоналу підприємства шляхом створення динамічної системи збору даних, їх обробки, зберігання та перетворення на достовірну, своєчасну, точну, актуальну інформацію для ефективного ведення процесу управління та прийняття відповідних управлінських рішень.

Облік та аналіз є важливими функціональними компонентами інформаційної системи підприємства. Оперативність збирання та обробки виробничої, комерційної, фінансової та інших видів інформації, забезпечення зацікавлених користувачів об'єктивною інформацією про фінансовий стан і результати діяльності підприємства – основні функції обліку. Аналіз – функція, яка за допомогою аналітичних та економіко-математичних методів досліджує наявність, структуру, динаміку економічних показників, вивчає ефективність їх використання, розглядає вплив різних факторів на фінансовий стан підприємства. Бухгалтерський облік є основним джерелом інформації, необхідної для аналізу, з метою прийняття управлінських рішень.

В управлінні проектами повнота та достовірність інформації визначаються інноваційністю ідеї проекту, унікальністю реалізації проекту, турбулентністю зовнішнього та внутрішнього оточення проекту.

Метою облікової та аналітичної інформації є забезпечення управлінського персоналу підприємства повною, своєчасною та достовірною інформацією для прийняття поточних і стратегічних

рішень щодо того чи іншого проекту. Управління проектами вимагає систематичної інформації про здійснювані господарські процеси, їх характер і обсяг, про наявність матеріальних, трудових і фінансових ресурсів та їх використання. Головним джерелом необхідної інформації виступають дані поточного бухгалтерського обліку, які впорядковуються у звітність. Така звітність має велике значення, оскільки використовується не тільки для аналізу ефективності проекту, а й для узагальнення результатів у масштабі підприємства чи галузі загалом.

Отже, обліково-аналітична інформація є основним джерелом інформаційного забезпечення у реалізації проекту та управлінні ним. Проте в період поглиблення ринкових відносин та глобалізаційних процесів розширюється коло проблем, які повинні вирішувати бухгалтерський облік та економічний аналіз. Швидкий розвиток науки і техніки, впровадження інноваційних технологій та поява нових організаційних форм виробництва спричинюють ускладнення управління, тому виникає першочергова потреба в удосконаленні системи інформаційного забезпечення, яке дасть змогу підвищити якість облікової та аналітичної інформації, її обробки та зберігання, що є неодмінною умовою для ефективного управління проектами підприємств [7, с. 501].

Бухгалтерська інформація має дати відповідь на такі запитання:

- як спланувати та скоординувати реалізацію проекту;
- як залучити кошти із зовнішніх джерел фінансування для реалізації проекту;
- як краще розпорядитися власними коштами;
- як досягти максимальних прибутків за мінімальних витрат;
- як створити команду працівників для реалізації проекту;
- як мотивувати персонал до ефективної діяльності;
- як уникати конфлікту в команді проекту.

Раціональна організація бухгалтерського обліку передбачає таку його побудову, за якої облік забезпечує своєчасне виконання важливих функцій у плануванні, контролі, управлінні за мінімальних витрат засобів і праці. Основними передумовами раціональної організації бухгалтерського обліку є:

- визначення структури, технології та організації виробництва;
- встановлення системи облікових взаємовідносин окремих структурних підрозділів підприємства з підприємством;
- визначення обсягу облікових робіт;
- розподіл їх між працівниками бухгалтерії;
- визначення працівниками бухгалтерії діючих законодавчих документів та інструктивних матеріалів із питань ведення обліку [2, с. 81–82].

Система облікової та аналітичної інформації відіграє важливу роль у функціонуванні системи управління проектами, забезпечуючи взаємодію різних структурних підрозділів та реагуючи на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Під системою розуміють сукупність взаємопов'язаних елементів, які утворюють певну цілісність [8]. Обліково-аналітична система – це система, що ґрунтується на даних оперативного, статистичного, фінансового і управлінського обліку, включаючи оперативні дані, і використовує для економічного аналізу статистичну, виробничу, довідкову та інші види інформації.

Вдосконалення інформаційної бази відповідно до потреб проектного управління є суттєвим елементом розвитку підприємства. Переважаючи підходи до формування інформаційних потоків обліково-аналітичного спрямування поступаються місцем новому підходу, основним принципом якого є забезпечення корисності для прийняття управлінських рішень. Відповідно, у новітній економіці різко зростає цінність інформації. Зовнішнє нестабільне оточення вимагає від підприємств розроблення складніших та детальніших систем управління.

Т.М. Мельник стверджує, що можна виділити два підходи до визначення системи управління проектами та її складників. У першому випадку трактування її сутності та завдання базується на розуміння трьох об'єктів: суб'єкту, об'єкту та про-

цесу управління. Другий передбачає розгляд системи управління проектами як поєднання методологічного, інформаційного та суб'єктивного складників управління проектом. На рис. 1 наведено обліково-аналітичне забезпечення системи управління проектами.

Проаналізувавши діяльність українських підприємств, можемо зробити висновок про те, що відсутність необхідного обліково-аналітичного забезпечення призводить до того, що організації або формують фінансові результати недостовірно, або ставляться до формування її елементів формально. Своєю чергою, через це організаціям складно орієнтуватися у подальшому розвитку, знижуються їх конкурентоспроможність і стійкість, що, зрештою, може призвести до фінансової неспроможності та банкрутства.

Облікова та аналітична інформація відіграє ключову роль у забезпеченні прийняття ефективних рішень у межах реалізації конкретного проекту, проте в нинішніх умовах вимоги і критерії до інформаційної бази обліково-аналітичної системи значно трансформуються у зв'язку зі зростанням корисності економічної інформації, відбиранням оптимального переліку показників первинної звітності та розрахункових показників економічної ефективності функціонування підприємств.

Збільшення потреб у кількісних та якісних характеристиках інформаційного забезпечення управління проектами зумовлюють перегляд ква-



Рис. 1. Обліково-аналітичне забезпечення системи управління проектами

Джерело: складено за [5]

ліфікаційних характеристик працівників обліково-аналітичних та економічних служб, управлінського персоналу підприємств.

Основними завданнями обліково-аналітичної забезпечення управління проектами підприємства є:

- аналіз діяльності підприємства за вказаними напрямками;

- облік господарських операцій за цільовими напрямками на базі бухгалтерського обліку з додаванням нефінансових показників;

- контроль над використанням матеріальних та нематеріальних ресурсів, правильним відображенням усіх господарських операцій на етапах планування, обліку та над достовірністю аналітичних даних;

- планування діяльності підприємства, зокрема господарських операцій; видів діяльності: операційної, інвестиційної, фінансової, податкової; центрів відповідальності та підприємства загалом;

- формування аналітичних бюджетів як джерел акумулювання планової, облікової та аналітичної інформації [3, с. 499].

Одне з основних завдань облікових служб – правильне визначення кошторисної вартості проекту. Від того, як точно кошторис відбиває рівень необхідних витрат, залежать оцінка економічності проекту, планування капіталовкладень і фінансування. Точність кошторису залежить від точності визначення комплексу робіт, пов'язаних із проектом. На основі кошторисної вартості проекту визначають договірні ціни й укладають контракти (договори) між замовниками та підрядчиками, генеральним підрядчиком і субпідрядчиками.

Показники кошторисної вартості застосовують для оцінки варіантів проектних рішень і вибору з них економічно доцільного, а також для порівняння варіантів організації робіт, вибору конструктивних рішень, обладнання та матеріалів.

Ідентифіковано вихідні дані для оцінки вартості проекту, а саме: перелік робіт; вимоги до ресурсів (опис того, які типи ресурсів і в яких кількостях необхідні); норми використання ресурсів; оцінка тривалості робіт; інформація про склад проектної групи та організації, що залучені до нього; облікова картка проекту (описує кодову структуру, що використовується виконавчою організацією для складання фінансового звіту в головній книзі).

На основі кошторису та календарного плану складають бюджет проекту і ведуть облік витрат, готують звітність й оцінюють діяльність замовника та підрядчика, тому кошторисна вартість повинна не тільки покривати витрати, а й забезпечувати одержання запланованого прибутку. Порівняння кошторисної вартості робіт і фактичних витрат – основа для виявлення джерел прибутку і причин збитковості робіт. Проте в будь-якому разі кошто-

рис дає тільки прогноз кінцевої вартості проекту, тому що його остаточна вартість стає відомою тільки тоді, коли фінансування проекту буде завершено [10, с. 75].

Як об'єкт управління вартість проекту можна вважати управлінським завданням економічного обґрунтування витрат та результатів проекту для досягнення поставлених цілей. Вартість проекту може формуватися як сума доданої вартості всіх передбачених проектом етапів, як сукупність активів та зобов'язань тимчасово створеної проектної структури, як сукупність бюджетів та кошторисів, що визначають сукупні витрати всього проектного циклу.

Ефективність проекту характеризується системою показників, які виражають співвідношення вигід і витрат проекту з погляду його учасників. Для більшості видів проектів важливою є оцінка економічної ефективності проекту. Питання економічної ефективності під час планування проектів розглядаються в різних масштабах та на різних стадіях планування.

Визначення ефективності проекту та прийняття рішення щодо його реалізації здійснюється з використанням системи показників, що ґрунтується на використанні різних формалізованих і неформалізованих підходів. Ступінь їх використання визначається різними обставинами. У сучасній практиці найбільш відомими є формалізовані критерії оцінки ефективності проектів, за допомогою яких ухвалюються рішення, зокрема у сфері інвестиційної діяльності.

Основними критеріями оцінки проектів можна вважати такі: рентабельність інвестицій (BCR або PI), чиста теперішня вартість (NPV), внутрішня норма дохідності (IRR), термін окупності (PB), еквівалентний річний дохід (ECF).

Окрім класичних критеріїв оцінки ефективності проектів, деякі фахівці оперують іншими показниками аналізу ефективності діяльності. Існують ще такі критерії:

- ступінь забезпеченості початкових інвестицій проекту самофінансування. Початкові інвестиції необхідні на початковому етапі інвестиційно-інноваційного проекту, найризикованіші та найменш ліквідні. У зв'язку із цим частка ініціатора проекту в стартових інвестиціях є для інших інвесторів індикатором серйозності намірів і обґрунтованості намірів оцінки комерційних перспектив освоєння проекту;

- адаптована чиста поточна вартість проекту. Цей показник використовують для контролю над відсутністю дефіциту вільних грошових коштів, і він дає змогу робити висновки про фінансову спроможність проекту [6, с. 127–128].

Остаточне рішення про прийнятність проекту залежить від галузі, де він здійснюється. Крім того, має значення, як фінансується проект: за дер-

жавні чи приватні кошти. Вирішальними є ступінь ризику та очікуваний рівень прибутковості.

Обліково-аналітична інформація базується на обліковій інформації, яка разом з оперативною та статистичною інформацією використовується для аналізу та подальшого контролю управління проектами.

Висновки з проведеного дослідження. Дані обліку та аналізу як складники інформаційного забезпечення управління проектами дають можливість вирішувати функціональні завдання управління, надаючи керівництву повну та достовірну інформацію про стан справ щодо конкретного проекту та господарські процеси загалом. Якість цієї інформації матиме вплив на ефективність впровадження проекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Загородній А.Г. Система обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33883/1/18_94-102.pdf.
2. Механизмы управления проектами и программами регионального и отраслевого развития: [монография] / В.Н. Бурков и др. Николаев: НУК, 2010. 169 с.
3. Глух Н.В. Управління проектами: місце та роль обліку та аналізу. Науковий вісник Ужгородського університету, 2015. № 45. С. 72–76.
4. Городянська Л. Особливості технічного забезпечення системи бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік і аудит, 2009. № 10. С. 17–20.
5. Мельник Т.М. Обліково-аналітичне забезпечення управління інвестиційними проектами: автореф. дис. ... к.е.н.; Львівська комерційна академія. Львів, 2015. URL: http://www.lac.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdyly/Aspirantura/Rady/Spec_vchena_rada/Dysertacii/2015_09/Melnyk_Aref.pdf.
6. Микитюк П.П. Основні критерії оцінки ефективності інвестиційно-інноваційних проектів. URL: file:///C:/Users/12/Desktop/ecpro_2013_71_15.pdf.
7. Садовська І.Б. Обліково-інформаційне забезпечення управлінського аналізу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 647. С. 498–503.
8. Сурмин Ю.П., Туленков Н.В. Теория социальных технологий: учеб. пособие. К.: МАУП, 2004. 608 с.
9. Федисин Б., Єтух П. Развитие підприємств на основі проектного менеджменту. Соціально-економічні проблеми і держава. 2012. Вип. 2(7). С. 272–276. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12fbpopm.pdf>.
10. Федисин І.Б. Управління проектами в підприємницькій діяльності. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 161 с.
11. Управління проектами. URL: www.kdu.edu.ua/new/lekci/3_169.doc.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ АВІАКОМПАНІЙ

THE ANALYSIS OF THE MAIN FORMATION TECHNOLOGIES FOR CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS OF AIR COMPANIES

У статті досліджено теоретичні та методологічні основи, що доповнюють систему наукових знань щодо управління лояльністю клієнтів. Розглянуто сутність, складові та типологію програм лояльності клієнтів компаній, які функціонують у сфері пасажирських авіаперевезень. Проаналізовано основні технології формування програм лояльності клієнтів авіакомпаній. Визначено можливість побудови програм лояльності клієнтів авіакомпаній в умовах посилення конкурентної боротьби на ринку пасажирських авіаперевезень на основі диференціації споживачів за рівнем надання сервісу та додаткових послуг. Надано пропозиції щодо напрямів розвитку сучасних програм лояльності клієнтів авіакомпаній, ґрунтуючись на трьох основних принципах: повага до клієнта (пасажира), розумне використання даних та управління досвідом.

Ключові слова: лояльність, клієнти, технології, формування, програми лояльності, авіакомпанії.

В статье исследованы теоретические и методологические основы, которые дополняют систему научных знаний по управлению лояльностью клиентов. Рассмотрены сущность, составляющие и типология программ лояльности клиентов компаний, которые функционируют в сфере пассажирских авиоперевозок. Проанализированы основные технологии формирования программ лоя-

ности клиентов авиакомпаний. Определена возможность построения программ лояльности клиентов авиакомпаний в условиях усиления конкурентной борьбы на рынке пассажирских авиоперевозок на основе дифференциации потребителей по уровню предоставления сервиса и дополнительных услуг. Даны предложения относительно направлений развития современных программ лояльности клиентов авиакомпаний, основываясь на трех основных принципах: уважение к клиенту (пассажиру), разумное использование данных и управление опытом.

Ключевые слова: лояльность, клиенты, технологии, формирование, программы лояльности, авиакомпании.

The possibility of building loyalty programs for airline customers in the context of increasing competition in the passenger air transportation market on the basis of differentiation of consumers by the level of service and additional services provided. Now is the time for new technologies to form airline loyalty programs that make customers want to pay airlines instead of forcing airlines to bribe their customers. In this new model, airlines and airports will make the best impression on each passenger on each trip, based on three principles: respect for the customer (passenger), reasonable use of data and experience management.

Key words: loyalty, customers, technology, formation, the loyalty program of the airline.

УДК 339.138

Малахівська Г.В.

аспірантка

Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Сучасний стан ринку авіаційних послуг характеризується конкурентною боротьбою між найбільшими авіакомпаніями за залучення нових споживачів та утримання постійних клієнтів. Порівняльний аналіз обсягів пасажирських авіаперевезень іноземних і вітчизняних авіакомпаній свідчить не на користь останніх. Як підтверджують численні дослідження, важливим чинником залучення клієнтів є створення додаткової споживчої цінності товару чи послуги. Отримання та оцінку споживачами цієї додаткової цінності можливо здійснити у межах довгострокових відносин клієнтів із компанією. Відчуваючи гостру необхідність у переході до більш ефективних методів побудови якісно нових відносин із постійними та потенційними клієнтами, сучасним авіакомпаніям важливо розробити та розвинути технології формування й реалізації програм лояльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питаннями дослідження сутності поняття лояльності клієнтів, типів лояльності, теорії та практики управління споживчою лояльністю займалися багато зарубіжних і вітчизняних учених: М. Зирянов [1], К. Нехаєнко [2], І.О. Кляченко, О.В. Зозульов [3], С. Хайкен [4], О. Приходько [5], М. Глок [6], М. Закір Хуссейн, Х. Кібрія, С. Фархана [8],

В.Є. Командровська та В.О. Ільєнко [9], Н.С. Морозова [11] та ін.

Визнаючи значущість проведених досліджень, слід зазначити, що наукову розробленість проблеми формування програм лояльності клієнтів не можна вважати вичерпною. Недосконалість методологічних підходів до дослідження лояльності клієнтів компаній, що не повною мірою враховують особливості процесу надання послуг у сфері пасажирських авіаперевезень, вимагають їх більш глибокого наукового дослідження.

Метою цієї статті є розвиток методологічних підходів до формування програм лояльності клієнтів компаній, які функціонують у сфері пасажирських авіаперевезень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Авіаційна індустрія, маючи свою специфіку, в цілому підпорядковується загальним ринковим правилам та є реально висококонкурентною галуззю [1]. Саме тому у своїй боротьбі за прихильність клієнтів авіакомпанії найчастіше роблять ставки на програми лояльності клієнтів (пасажирів).

Під програмою лояльності клієнтів (loyalty program) мається на увазі набір дій, організованих таким чином, щоб стимулювати клієнтів і відпові-

дати їхнім вимогам, а також щоб звести до мінімуму втрати, а саме втрати у кількості клієнтів, і збільшити кількість продажів. Основним мотивом програм лояльності є надання покупцям вигід: матеріальних, емоційних, психологічних [2].

Динамічне зростання кількості клієнтів, які із задоволенням приймають участь у різних програмах лояльності, показує, що такі програми в останні роки швидко розвиваються та широко використовуються на світовому ринку пасажирських авіаційних перевезень [3]. Деякі клієнти воліють бути лояльними, наприклад, до авіакомпанії, скоріше через бали, аніж через щось інше. Людська природа починає діяти, та учасник програми лояльності зацікавлюється на нарахуванні балів. Саме тому пасажирі будуть літати на літаках компанії, в якій у них є найбільша кількість балів, навіть якщо це означає платити більше за квиток. Сутність у тому, що ці програми лояльності стимулюють продажі та створюють постійних клієнтів [4].

Офіційною датою народження програм лояльності для постійних клієнтів авіакомпаній вважається 1980 рік, коли компанія Western Airlines запропонувала своїм пасажирам, які здійснювали перельоти між Сан-Франциско та Лос-Анджелесом (один із найпопулярніших у світі маршрутів), збирати спеціальні бонусні картки й потім використовувати їх для придбання безкоштовного квитка. Однак у популярній літературі з маркетингу відлік існування подібних програм ведеться з 1981 року, коли аналогічну систему впровадили у себе American Airlines [5].

Бізнес-кейс авіакомпанії American Airlines дуже добре ілюструє логіку конструювання програм лояльності. Компанія перша придумала нараховувати авіамілі, щоб заохочувати часто літаючих пасажирів. Тодішній генеральний директор авіакомпанії Р. Кренделл почав із докладного вивчення своїх клієнтів. У пасажирських авіаперевезеннях не працює відоме правило 80/20 (80% прибутку приносять 20% клієнтів), пропорція тут ще жорсткіша – 95/5. 95% пасажирів – «відпочиваючі», тобто мета їхньої подорожі не пов'язана з бізнесом. Лояльність конкретному перевізнику – це не про них; вони літали не частіше одного разу на рік і являли собою типових ловців вигідних пропозицій на квитки. 5% – це бізнес-мандрівники, які літали близько двадцяти разів на рік і володіли приємною для авіаперевізників якістю – нечутливістю до ціни. У конкурентній боротьбі за цих «золотих» клієнтів авіакомпанії вже досягли верхівки своїх фізичних можливостей у частині створення на борту особливо комфортних умов. І тоді Кренделл перевів конкуренцію в іншу площину, запустивши бонусну програму на основі авіамілей. Свій принцип він сформулював так: «Час припинити думати, як продавати квитки, та почати думати, як створити особливі взаємовідносини з потрібними тобі

клієнтами» [6].

У межах програми AAdvantage компанії American Airlines клієнти могли за кожний переліт із використанням послуг саме цієї авіакомпанії отримувати певну кількість бонусних миль. І коли цих миль ставало достатньо, клієнт міг обміняти свої накопичені бонуси на повноцінний авіаквиток. Мандрівники з усього світу із задоволенням брали участь у програмі AAdvantage, і незабаром вона стала настільки популярною, що безкоштовні заохочувальні милі стали пропонувати своїм клієнтам майже всі авіакомпанії світу, найбільші готелі та найвагоміші роздрібні мережі. Сьогодні милі можна обміняти на різні товари та послуги: продукти у магазині, прокат машини, підписку на журнали, турпоїздку і т. д. [7].

Сутність процесу формування програми лояльності можна сформулювати так: залучити клієнта до діалогу, що дозволить постійно отримувати від нього інформацію; якісно обробити цю інформацію, сформувавши базу даних; розробити та повідомити про пропозицію, яка буде максимально орієнтована на потреби конкретного клієнта; з'ясувати реакцію клієнта на неї та скоригувати інформацію у базі даних.

Ключовими складовими програм лояльності є:

- клієнтська база даних (ідентифікація клієнта);
- комплекс комунікацій із клієнтами (утримання клієнта);
- пакет привілеїв (матеріальне та нематеріальне стимулювання потрібної поведінки клієнта);
- аналітичне ядро, що дозволяє планувати те, як клієнт поведе себе у майбутньому, а також яким чином його поведінка відобразиться на показниках бізнесу компанії.

На сьогоднішній день програми лояльності орієнтуються на моделі переваг, ініційовані компанією American Airlines в 1981 році. Пізніше це привело до впровадження найбільш поширених програм лояльності клієнтів в індустрії авіакомпаній, які зазвичай називають Програмами для часто літаючих клієнтів (Frequent Flier Programs – FFPs). Ці програми були впроваджені, щоб здобути лояльність клієнтів, пропонуючи безкоштовні поїздки та розширені послуги від економ- до першого класу. Продавати квитки в одній із найдорожчих галузей, завойовуючи лояльність клієнтів, – це дуже вдала маркетингова стратегія [8].

Найбільш поширеними технологіями формування програм лояльності клієнтів авіакомпаній є такі.

1. Накопичувальна програма лояльності є найбільш поширеною моделлю, яка відрізняється простою технікою: постійні клієнти намагаються накопичити якомога більше балів, які потім обмінюються на різні матеріальні вигоди (знижки, безкоштовну продукцію, спеціальні пропозиції тощо).

Для приєднання до накопичувальної програми клієнт заповнює спеціальну заяву та залишає її в авіакомпанії або реєструється online на сайті. Після реєстрації клієнт отримує картку учасника обраної програми. Під час кожного бронювання або покупки квитків клієнт отримує бонуси у вигляді миль, які згодом можна витратити на безкоштовні перельоти, підвищення класу обслуговування або на оплату понаднормативного багажу. Крім того, більшість авіакомпаній залучають до таких програм партнерів, послугами яких можуть користуватися клієнти авіакомпанії, витрачаючи свої накопичені милі на оплату цих послуг, наприклад, проживання у готелі, оренду автомобіля та купівлю певних товарів. Подібні програми є дуже вигідними як для клієнтів, так і для авіаперевізників. За рахунок накопичувальних програм авіакомпанія формує коло постійних клієнтів, долаючи конкуренцію на ринку та отримуючи сталий прибуток, а клієнт таким чином може зекономити на авіаперельотах, отримуючи високоякісні послуги від авіаперевізників [9].

Саме бонусні програми стали одним із найефективніших засобів конкурентної боротьби в бізнесі авіаперевезень, де через зростання цін на паливо та перенасиченість ринку інші методи боротьби виявляються недоступними. Найбільш успішний приклад – історія Aeroplan, котрий створювався як програма лояльності Air Canada, а у результаті виділився в окремий бізнес [5].

В Україні накопичувальні програми лояльності використовуються найбільш ефективно у сфері послуг. Показовий приклад – компанія «Міжнародні авіалінії України» (МАУ), яка успішно застосовує бонусну програму «Панорама Клуб». Милі нараховуються за польоти та інші послуги, які були надані протягом останніх шести місяців з моменту подання відповідних документів. Кількість миль, що нараховуються на клієнтський рахунок, ґрунтуються на фактичній відстані перельоту. В залежності від класу польоту та тарифу, за яким придбаний квиток, фактична відстань помножується на відповідний коефіцієнт (0; 0,1; 0,5; 1,0; 1,5). При наявності достатньої кількості миль на рахунку учасник може замовити нагородний квиток на регулярний рейс авіакомпанії МАУ або у компанії-партнера [3]. Тим не менш нерідко буває так, що самі компанії ускладнюють роботу даного методу, що в кінцевому рахунку призводить до плутанини. Тому необхідно пам'ятати, що накопичувальна система повинна бути проста та зрозуміла у застосуванні [10].

Економіка бонусних систем дуже вигідна компаніям через кілька причин. Бонуси – це зобов'язання продавця перед покупцями, які він береться виконати, поставивши власний товар чи послугу. Іноді це вдається зробити без особливого збитку для себе – як у випадку з авіакомпаніями,

які, приймаючи авіамілі як засіб платежу, завантажують «порожні» крісла. Факт залишається фактом: люди стали частіше літати в тому числі і завдяки можливості заробляти авіамілі. Так, за 2005 рік п'ять світових авіаальянсів зарахували своїм пасажиром у загальній кількості 14 трлн авіамиль. Це більше, ніж загальний обсяг готівкових доларів та євро разом узятих. На руку продавцям і те, що лояльність виникає у момент покупки, а платити за неї потрібно потім. Тобто виникає «касовий розрив навпаки». За статистикою авіакомпаній, від моменту, коли клієнт починає накопичувати бонусні бали, до їх витрачання проходить у середньому 7-9 місяців [6].

З початку свого існування бізнес на бонусах зазнав кардинальних змін. Якщо спершу метою подібних програм було утримання найбагатших і платоспроможних клієнтів (за оцінками фахівців, оптимальний показник – близько 5-10% від загальної кількості клієнтів), то сьогодні власниками бонусних карток у деяких випадках (зокрема у Канаді) виявляються до 80% пасажирів [5].

Якщо від початку авіакомпанії «поділилися» своїми бонусними програмами з готелями та пунктами прокатів автомобілів, то тепер милі на картку можуть нараховуватися й при купівлі будь-якого товару в певних магазинах, при відвідуванні розважальних закладів тощо. Крім того, витратити милі теж можна на землі – аж до отримання традиційних платіжних карток, якими можна розраховуватися на загальних підставах [5].

2. Багатоярусна програма лояльності. Головне завдання компанії у процесі розробки програми лояльності клієнтів – знаходження гармонійного балансу між вартістю подарунка та його досяжністю. З цією метою впроваджується багатоярусна модель підтримки інтересу та заохочення клієнтів. Надаючи невеликі призи по мірі формування лояльності клієнта та просування його до більш значущих нагород, авіакомпанії вдається утримувати його увагу та створювати мотивацію до участі у програмі. Основною перевагою такої моделі, на відміну від накопичувальної, є те, що споживачеві доступний ряд короткострокових і довгострокових вигод. У той час як інша система викликає менше інтересу, оскільки проміжок між придбанням товару та досягненням мети зазвичай надто довгий, та покупець може просто забути про те, що він є учасником цієї програми. Багатоярусна модель лояльності поширена серед авіакомпаній. В якості прикладу розглянемо особливості системи лояльності Flying Club. Авіакомпанія Virgin Atlantic запрошує своїх пасажирів взяти участь у поширеній багатоярусній програмі, яка передбачає накопичення миль. Клієнтів поділяють на такі сегменти: «Червоний», «Срібний» та «Золотий». Учасники першої категорії в обмін на накопичені милі орендують автомобіль, оплачують паркування та проживання

у готелі. Члени клубу «Срібний» на свій рахунок отримують на 50% більше очок при перельотах, а також в якості бонусу мають пріоритет при електронній реєстрації. «Золотим» клієнтам подвоюється кількість миль, для них відкритий доступ до VIP-приміщень [10].

3. Партнерська (коаліційна) програма лояльності передбачає об'єднання зусиль авіакомпаній з іншими компаніями щодо створення спільних, так званих коаліційних, програм лояльності, в яких потенційний клієнт може скористатися перевагами декількох компаній, які обслуговують один і той же сегмент клієнтів. Наприклад, разом із авіакомпаніями у програмах лояльності найчастіше беруть участь підприємства готельного бізнесу. Таких прикладів досить багато, наприклад, програма Hyatt Gold Passport, існуюча більше 20-ти років, об'єднує понад 200 готелів і дев'ять авіакомпаній. Програма Holiday Inn Priority Club включає 2000 готелів і більше 20-ти авіакомпаній. Одна з найбільш успішних програм лояльності для часто літаючих пасажирів Etihad Guest, яка існує з 2006 року та ініційована національним авіаперевізником ОАЕ Etihad Airways. Вона має вже понад півмільйона членів і постійно розширює склад учасників: з 2009 року у цій програмі стала брати участь відома група готелів Swiss-Belhotel International, до якої входить понад 30 готелів Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Австралії, Південно-Східної Азії, Китаю та Близького Сходу. У межах даної програми лояльності туристи можуть акумулювати миль та використовувати їх при придбанні 1700 послуг, доступних у межах цієї програми [11].

«Оскільки вибух популярності програм лояльності відбувся в останні кілька років, менеджери програм лояльності авіакомпаній розуміють важливу роль, яку можуть відігравати додаткові переваги, що виходять за межі авіаційної галузі, та приділяють пильну увагу партнерам, залученим у свої програми», – сказав М. Тейлор, провідний фахівець у сфері подорожей американської компанії J. D. Power and Associates, яка надає глобальний маркетингово-інформаційний сервіс. «Гнучкість у використанні миль оцінюється учасниками. Зрештою, якщо ви виграєте конкурс із поїдання пирогів, ви захочете бути нагородженими чимось, окрім ще одного пирога» [12].

Зараз прийшов час для нових технологій формування програм лояльності авіакомпаній, які змушують клієнтів хотіти платити авіакомпаніям, замість того, щоб змушувати авіакомпанії підкуповувати своїх клієнтів. У цій новій моделі авіакомпанії та аеропорти будуть справляти найкраще враження на кожного пасажирів у кожній поїздки, ґрунтуючись на трьох принципах.

1. Повага до клієнта (пасажирів). Насамперед, лояльні відносини будуються на довірі та чесності. Сьогоднішні системи оповіщення повинні

стати справжнім способом спілкування з пасажирів. Це означає оголошення достовірного часу вильоту, коли рейси затримуються, прозорі та зрозумілі збори, приглушення повторних оголошень аеропорту на кшталт «всі термінали для некурців», «рухома доріжка закінчується» або «у зв'язку з прийнятими заходами безпеки».

2. Розумне використання даних. Сьогодні кращі ритейлери спрямовують складну аналітику на те, щоб передбачити потреби своїх клієнтів і задовольнити кожну людину. Використовуючи такі самі методи, можна перетворити веб-сайти бронювання квитків авіакомпаній, управляти втраченим багажем, перебуваючи ще у повітрі, та вистроїти таксі у чергу до прибуття. Авіакомпанії знають, де клієнт був, де він знаходиться прямо зараз і куди збирається далі. Прийшов час використовувати ці дані, щоб зробити подорож клієнта кращою, – і генерувати прибуток, продаючи клієнту те, що він хоче, і коли він хоче.

3. Управління досвідом. У складній авіаційній екосистемі перевезення одного пасажирів передбачає участь десятків компаній, що взаємодіють одна з одною. Ані аеропорт, ані авіакомпанія повністю не контролюють увесь пасажиропотік. Але це не повинно бути проблемою клієнта та негативно впливати на подорож. Щоб дійсно покращити враження пасажирів, кращі авіакомпанії та аеропорти повинні мати цілісний погляд і працювати разом, щоб виправдати очікування своїх спільних клієнтів.

Для підприємств, що займаються пасажирськими авіаперевезеннями, в основу програм лояльності може бути покладена диференціація споживачів пасажирських авіаперевезень за рівнем надання сервісу та додаткових послуг. Сутність програм споживчої лояльності полягає в тому, що компанія-організатор програми стимулює своїх клієнтів змінювати свою поведінку або відношення у потрібному для неї напрямку, натомість пропонуючи споживачам більш вигідні умови обслуговування або додатковий сервіс. Із поступовою зміною ступеня споживчої лояльності має змінюватися і якість обслуговування клієнтів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у сучасній економіці, в умовах жорсткої конкуренції, особливо серед авіакомпаній, створення та впровадження програм лояльності клієнтів набувають вирішального значення.

Основна проблема, з якою на сьогоднішній день стикаються авіакомпанії, – відсутність чіткого уявлення про те, що включає в себе поняття лояльності. Відповідно, основні зусилля сучасних дослідників повинні бути спрямовані на вивчення даного процесу, а також розробку нових технологій формування та впровадження програм лояльності.

Впровадження програм лояльності клієнтів не лише покращує імідж авіакомпанії, але і є запорукою її успішного комерційного розвитку в майбутньому та забезпечує компанії не виживання, а лідируючі позиції в конкурентному середовищі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зырянов М. На крыльях лояльности: [Электронный ресурс] / М. Зырянов // Директор информационной службы. – 2014. – № 9. – Режим доступа: <https://www.osp.ru/cio/2014/09/13042937/>
2. Нехаенко К. Програма лояльності: сучасний зміст, типологія та методи реалізації на ринку В2С: [Електронний ресурс] / К. Нехаенко // Траектория науки. – 2015. – № 4. – Режим доступа: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/25>
3. Кляченко І.О. Програми лояльності споживачів до бренду: [Електронний ресурс] / І.О. Кляченко, О.В. Зозульов // Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. праць НТУУ «КПІ». – К.: Вид-во НТУУ «КПІ». – 2012. – Вип. 6. – Режим доступа: <http://probl-economy.kpi.ua/node/263>
4. Nyken S. The Best Loyalty Programs Go Beyond Rewards: [Online] / S. Nyken // Forbes. – 2017. – March, 25. – Access mode: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2017/03/25/the-best-loyalty-programs-go-beyond-rewards/>
5. Приходько О. Притягання миль: насамперед бонуси, ну а польоти – потім: [Електронний ресурс] / О. Приходько // Дзеркало тижня. Україна. – 2008. – 27 червня. – Режим доступа: <https://dt.ua/ECONOMICS/>
6. Глок М. Карточные фокусы. Об изыщном искусстве раздавать скидки и бонусы / М. Глок // Нижегородский бизнес-журнал. – 2014. – № 5. – С. 4-10.
7. Програми лояльності завойовують світ: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cleverbonus.ua/ua/promo-and-news/news/2014/04/24/37/>
8. Zakir Hossain M. Do Customer Loyalty Programs Really Work in Airlines Business? A Study on Air Berlin / M. Zakir Hossain, H. Kibria, S. Farhana // Journal of Service Science and Management. – 2017. – No. 10. – P. 360-375.
9. Командровська В.Є. Порівняльна характеристика програм лояльності пасажирів на ринку авіаперевезень / В.Є. Командровська, В.О. Ільєнко // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2013. – № 4. – С. 69-74.
10. Сайт компанії Практикум Групп (Practicum Group). Програма лояльності для клієнтів: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum-group.com/blogs/stati/loyalnost-klientov/>
11. Морозова Н.С. Формирование лояльности как инструмент повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия / Н.С. Морозова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2010. – № 2. – С. 31-36.
12. Airline Loyalty Program Customers Crave More than Just Miles: [Online] // J.D. Power Press Releases. – 2017. Access mode: <http://jdpower.com/press-releases/jd-power-2017-airline-loyalty-program-satisfaction-study>

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СУЧАСНА УПРАВЛІНСЬКА КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

SOCIALLY RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP AS ACTUAL MANAGEMENT CONCEPT OF FORMATION SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

В статті досліджено збіжності та відмінності між корпоративною соціальною відповідальністю та соціальним підприємництвом. Уточнено цілеположення сучасного підприємництва. Встановлено ключові чинники збігу досліджуваних понять. Уточнено поняття соціального підприємництва. Наведено умови розвитку соціально-відповідального підприємництва.

Ключові слова: соціальне підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, цілі підприємництва, методи розвитку підприємництва.

В статье исследованы совпадения и различия между корпоративной социальной ответственностью и социальным предпринимательством. Уточнено целеполагание современного предпринимательства. Установлено ключевые факторы совпадения исследуемых понятий. Уточнено понятие социального предприни-

мательства. Указаны условия развития социально-ответственного предпринимательства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, конкурентоспособность, цели предпринимательства, методы развития предпринимательства.

The article studies the convergence and differences between corporate social responsibility and social entrepreneurship. The target orientation of modern entrepreneurship is specified. The key factors of the coincidence of the explored concepts are established. The concept of social entrepreneurship is specified. Conditions of development of socially responsible entrepreneurship are presented.

Key words: social entrepreneurship, corporate social responsibility, goals of entrepreneurship, competitive ability, methods of entrepreneurship development.

УДК 316.4:316.61 (477)

Смерічевська С.В.

д.е.н., професор кафедри логістики
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Забезпечення стійкого розвитку вітчизняних підприємств шляхом соціалізації цілеположення в їх діяльності сьогодні становить актуальний практичний та науковий інтерес, оскільки ця світова тенденція є реакцією на еволюційні позитивні зміни ринкових взаємовідносин. Планування та організація підприємницької діяльності в таких умовах має враховувати зростання нових якостей в потребах та очікуваннях контактних аудиторій та цільових споживачів підприємства. Чітке розуміння природи та ідентифікація системоутворюючих факторів, які впливають на зазначені процеси соціалізації підприємства є важливим та актуальним науковим завданням для розвитку вітчизняного підприємництва, оскільки це має забезпечити успіхом загальний процес трансформації економіки України у світову ринкову систему.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні можна відмітити підвищення інтересу до механізмів розвитку соціально-відповідального підприємництва як у науковій сфері, так і у представників підприємницької діяльності, політичних об'єднань, контактних груп, окремих стейкхолдерів або окремих активістів соціуму.

Питаннями розвитку соціального підприємства на сучасному етапі присвячені актуальні роботи Г.І. Давидовської, О.В. Коваленко, В.А. Никифорак, В.Н. Подшивалового, Н.О. Саніахметової, О.В. Сотули, Т.С. Орлової, О.І. Хоріної, Е.Н. Шарова, С.Ф. Яковлева та інших. Предмет-

ними є також актуальні дослідження комплексного характеру з питань розвитку корпоративної соціальної відповідальності представлені у роботах таких науковців, як О.П. Гоголя, О.А. Грішнова, М.М. Деліні, М.М. Ігнатенко, Валдемар Іздебський, І.П. Кудінова, А.М. Колот, М.В. Колесник, І.Ф. Комарницький, О.О. Кузнецов, Г.Ю. Міщук, Н.С. Орлова, О.О. Олійник, Г.Ф. Остапенко, Ю.М. Петренко, Є.П. Попова, О.В. Рева, С.Ф. Смерічевський, С.Ю. Трапідин, А.О. Харламова, Яцек Шолтисек та інші.

При цьому сьогодні спостерігається неоднозначність в термінології та сприйнятті сутності понять соціального підприємництва та корпоративної соціальної відповідальності, цілеположення підприємництва.

Формулювання цілей статті. Мета статі полягає у дослідженні тенденцій соціалізації підприємництва, систематизації існуючих сталих наукових поглядів та різноаспектних окремих оціночних суджень стосовно зазначеного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішне налагодження системи стратегічного управління на підприємстві, що забезпечує стійкий розвиток його підприємницької діяльності є безпрограшним шляхом у створенні конкурентних переваг підприємств. Звернемо вагу, що в кінці минулого століття, досліджуючи та систематизуючи досвід основних шкіл стратегічного менеджменту, Г. Мінцберг вже наводив в основній моделі формування стратегії (школа дизайну) дотримання прин-

ципів соціальної відповідальності в якості одного із ключових факторів створення успішної стратегії [2, с.27-28]. За останні два десятиліття цей окремих фактор еволюціонував до рівня активно зростаючої важливої соціально-економічної діяльності, яка на сьогодні існує у різних формах її прояву: «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ) та «соціальне підприємництво».

Сьогоднішній етап розвитку КСВ характеризується підвищеною увагою не тільки науковців, а і активною систематизацією нормативно-правових регуляторів, розповсюдженням та формуванням лояльності підприємців до її ідей. Системоутворюючим документом в розвитку КСВ сьогодні є Глобальний договір (Міжнародна ініціатива) ООН від 2007 року.

Глобальний договір базується виключно на добровільних ініціативах з приєднання бізнесу до принципів сталого розвитку, прозорості діяльності, публічної звітності, їх втілення в ділову стратегію підприємства, корпоративну культуру та свою повсякденну ділову практику. Принципів налічується десять, їх можна групувати за наступними напрямками організації відповідального бізнесу: права людини, стандарти праці, екологічна відповідальність та боротьба із корупцією [3]. Договір передбачає добровільне приєднання підприємств шляхом впровадження принципів КСВ до їх підприємницької діяльності та представлення стейкхолдерам відповідної інформації (нефінансова звітність).

Крім того розвиток та реалізацію КСВ регулюють національні та міжнародні стандарти з КСВ. Наведемо деякі найпоширеніші стандарти з соціальної відповідальності: міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» (сучасний, універсальний та комплексний стандарт з КСВ, розроблений міжнародною організацією «International Organization for Standardization» (ISO)), міжнародний стандарт Social Accountability 8000:2014 (розроблено міжнародною організацією «Social Accountability International» (SAI)) як сучасну версію стандарту SA8000 від 1997 року, якій застосовують для сертифікації), міжнародний стандарт AA 1000 AS (розроблений британською організацією «Institute of Social and Ethical Accountability» в 1999 році), стандарт GRI (або «Global Reporting Initiative», створений у США неприбутковою компанією «Ceres» та Інститутом «Tellus» в рамках програми Організації Об'єднаних Націй з навколишнього середовища у 1997 році), а також міжнародний стандарт ISO 14000 (актуальний та важливий стандарт з менеджменту, що визначає серію вимог до системи екологічного управління, поступово розвивався починаючи ще з 1972 року) та інші. Отже, дотримання вимог відповідних стандартів має забезпечити досягнення

головної мети КСВ – забезпечення сталого розвитку підприємництва.

Необхідно зазначити також, що Європейський парламент прийняв і Рада Європи схвалила Директиву (прийнято у 2014 р, рік початку дії - 2017) щодо обов'язкового щорічного розкриття інформації відносно дотримання принципів КСВ у своїй діяльності підприємствами з чисельністю персоналу понад 500 осіб. Мова тут йде про подання у звітності даних, які для стислості позначаються як «ESG» (від «environmental, social, and governance»), тобто про вплив на навколишнє середовище, соціальним аспектам (захист прав людини, гуманне ставлення до співробітників) і питань корпоративного управління, в тому числі у пріоритеті - відповідальність в ланцюжку поставок [3; 4].

Разом з тим, в підприємницькій діяльності в другій половині минулого століття одночасно отримало розповсюдження інше актуальне поняття – «соціальне підприємництво». При цьому в сучасній економічній думці спостерігається відокремлене розуміння цього явища стосовно КСВ.

Наприклад, В.А Никофорак бачить особливості поняття соціального підприємництва у тому, що ця діяльність має стійку бізнес-модель, спрямовану на створення соціального ефекту в довгостроковій перспективі (на відміну від некомерційних організацій). На відміну від основної мети комерційного підприємництва, яка полягає в одержанні прибутку, основна мета соціального підприємництва полягає у створенні соціального блага через реалізацію місії, яка прив'язана до розв'язання конкретної соціальної проблеми [5].

Також Г.І. Давидовська висловлює цікаву думку щодо мотивів формування такого підприємництва. Вона вважає, що у зв'язку з нереальністю сподівань на державу у вирішенні проблем представники вразливих груп населення можуть замислюватись над тим, чи не створити їм свій бізнес, де б вони всі були працевлаштованими і самостійно себе забезпечували [6].

Схожу думку за результатами обміну міжнародного досвіту висловлює В.Коваленко, який, звертаючи увагу на схожість близьких по суті поняття – соціальне підприємництво та соціально-відповідальний бізнес, пропонує бачити відмінність у наступному: соціально-відповідальний бізнес створюється в першу чергу для отримання прибутку, але своєю діяльністю формує достатньо великий соціальний вплив та соціальний ефект; соціальне підприємництво створюється для вирішення певної соціальної проблеми, але базується на загальних засадах ведення бізнесу і використовує бізнесовий підхід для здійснення своєї діяльності [7].

Також Г.І. Давидовська наводить класифікацію двох типів соціальних підприємств: перший тип

становлять підприємства, які створюються спеціально для працевлаштування людей із вразливих груп населення; другий тип базується на створенні власного бізнесу з метою отримання прибутку, який буде витрачатися на статутні цілі громадських організацій [6].

Таким чином, узагальнюючи зазначене, можна зробити висновок, що під «соціальним підприємництвом» сьогодні пропонується розуміти таке поєднання у цілепологанні підприємництва, коли в першу чергу передбачають соціальну місію, а після прибутковості як другорядну мету.

Досліджуючи поняття «підприємництво», уточнимо основні функції підприємницької діяльності:

- інноваційна (творча) – полягає у сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, у здійсненні техніко-економічних, наукових розробок, проєктів, пов'язаних з господарським ризиком;

- ресурсна – передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів;

- організаційна – полягає в безпосередній організації виробництва, збуту, реклами тощо; зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх використанням;

- стимулююча (мотиваційна) – зводиться до формування стимулюючого (мотиваційного) механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління та організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача [8].

Далі, на нашу думку, доречно також оцінити це поняття з чинному законодавстві. Тому уточнимо, що відповідно до частини першої ст. 42 Господарського кодексу (ГК) України підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. За вимогами частини першої ст. 44 ГК України підприємництво здійснюється на основі комерційного розрахунку та власного комерційного ризику; вільного розпорядження прибутком після розрахунків з державою. Також відповідно до частин першої та другої ст. 49 ГК України підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави та за завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність [1].

Цікаву думку висловлює О.В. Сотула, яка наголошує, що ключовим словом в категорії соціального підприємництва є «підприємництво»,

а «соціальність» грає лише модифікуючу роль. Вона також наводить поширене визначення (п'ять визначаючих факторів) соціального підприємництва за Грегорі Дізом:

- 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);

- 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;

- 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання;

- 4) рішучість дій, не обмежено розташовуваними ресурсами;

- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [9].

Н.О. Саніахметова доречно звертає увагу, що Закон України «Про підприємництво», що діяв раніше, у легальному визначенні поняття «підприємництво» не зазначав інших цілей, окрім мети одержання прибутку. Вказівка на задоволення суспільних потреб як на мету або, принаймні, на одну з цілей підприємницької діяльності не зустрічалася в законодавстві до введення в дію ГК України. Отже сьогодні кодекс визначає дві цілі підприємництва: досягнення економічних результатів та соціальних результатів. При цьому соціальне підприємництво в Україні можна характеризувати за наступними критеріями: бізнес; соціальна мета – те, для чого працює цей бізнес; розподіл прибутку, де чітко визначено, скільки відсотків буде йти на соціальну мету або, наприклад, на реінвестування цього бізнесу; демократичне управління [10, с. 107]

Підсумовуючи наведені думки, необхідно, на нашу думку, акцентувати також увагу, що природа підприємництва та чине законодавство України дійсно передбачає позитивну соціальну активність підприємців, але економічні цілі у зазначеному все ж визначаються першочерговими. Це підкріплюється також і частиною першою ст. 52 ГК України, де окрім зазначеного введено поняття некомерційного господарювання, під яким розуміють самостійну систематичну господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання та спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку [1]. Отже, чинне законодавство передбачає окремий вид підприємств, прерогативою якого може бути соціальна місія.

Крім того, доречно, оскільки відбувається інтеграція в методологію маркетингу суспільно-орієнтованого вимірювання економічної діяльності, звернути увагу на сучасний активний розвиток соціально-відповідального маркетингу, як складової КСВ, який сьогодні виконує інтегруючу функцію стратегічного управління підприємством, коли в процесі трансформації задоволення потреби покупця в доходи організації маркетинг-менеджмент виходить за рамки вузької спрямованості на

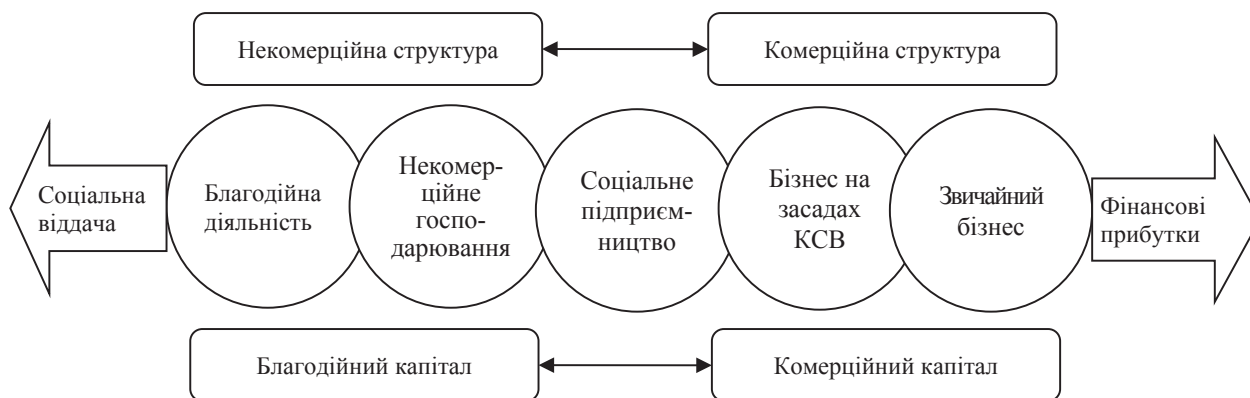


Рис. 1. Класифікація типів підприємств за критерієм їх соціалізації

Джерело: адаптовано за роботою [7]

цільову групу і поширюється на широку соціальну сферу [11].

Отже, можна констатувати, що поняття «соціальне підприємництво» має право на існування, але, все ж такі, в першу чергу передбачає отримання прибутку, оскільки мова йде про підприємництво, а не про «некомерційне господарювання».

Проте сучасне підприємництво передбачає такі бізнес-моделі, які близькі до ідеології дотримання принципів КСВ, коли обов'язковою умовою виконання місії є вирішення певної соціальної проблеми при отриманні прибутку.

Таким чином соціальне підприємництво має дві основні складові місії: підприємницьку (комерційну) та соціальну, а підприємництво на засадах КСВ таку одну основну складову: підприємницьку (комерційну), але на принципах соціальної відповідальності. Наше уточнення, можна також представити класифікацією на рис. 1.

Разом із тим, необхідно зазначити, що формування конкретного типу підприємства залежить також і від загального економічного середовища. Наприклад, Н.Р. Голуб'як наводить наступні умови для формування соціального підприємництва:

- демократичний режим правління;
- наявність критичної маси неурядових організацій, здатних впливати на перебіг суспільних подій;
- відсутність антагоністичних і взаємовиключних полюсів серед більшості громадських організацій;
- втілення на місцевому рівні принципів субсидіарності й децентралізації, що збільшить потенційні можливості громади [12].

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний етап розвитку КСВ дозволяє розвивати стійкі бізнес-процеси. Основною відмінністю соціального підприємництва від діяльності на засадах КСВ – це обов'язкова наявність в місії підприємства соціальних інтересів. При цьому, існує сьогодні методичне забезпечення сталого розви-

тку підприємств на принципах КСВ релевантне і для підприємців, які підпадають під поняття «соціальне підприємництво», що набуває все більшого значення в умовах соціалізації та інтелектуалізації економіки та обумовлює необхідність проведення подальших досліджень в цьому напрямку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України (з уточненнями та змінами) від 16.01.2003 № 436-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>
2. Минцберг Г. Школы стратегий (Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента) / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Д. Лемпел. – СПб.: Питер, 2000. – 330 с.
3. Москалюк Г.О. Сучасні умови розвитку нефінансової звітності в Україні / Г.О. Москалюк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2410>
4. Индекс «Вектор устойчивого развития». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fs.moex.com/files/13983>
5. Никифорок В.А. Соціальне підприємництво: сутність та особливості розвитку / В.А. Никифорок. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/57.pdf
6. Давидовська Г. І. Проблеми соціального підприємництва в Україні / Г. І. Давидовська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Випуск 7, частина 1. – С. 106 – 109
7. Коваленко В. Місце соціального підприємництва серед соціальних ініціатив (за матеріалами програми обміну Erasmus+) / В. Коваленко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pgrf.com/about-se/>
8. Хоріна О. І. Особливості ситуаційних та середовищних чинників соціальної ситуації підприємницької діяльності / О. І. Хоріна // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – 2014. – Вип. 34 (37). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scholar.google.com/citations?user=slj492kAAAAJ&hl=th>

9. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / О. В. Сотула // Ефективна економіка. – 2013. – № 4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1988>

10. Санахметова Н.О. Цілі підприємницької діяльності / Н.О. Санахметова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textbooks.net.ua/content/view/2857/25/>

11. Смерічевський С.Ф., Соціально-відповідальний маркетинг в призмі сталого розвитку підприємства / С.Ф. Смерічевський, Тадеуш Мендель,

М.В. Колесник // Актуальні питання менеджменту та маркетингу. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 17-18 березня 2017 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – С. 34 – 38.

12. Голуб'як Н.Р. Соціальне підприємництво як механізм вирішення соціально-політичних проблем / Н. Р. Голуб'як // S.P.A.C.E. – 2017. – № 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dSPACE.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/7341/Golubyak%20SPACE%202-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО РЕГІОНАЛІЗМУ В УКРАЇНІ

THE PROVIDING ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF REGIONAL ECONOMIC SYSTEMS IN THE CONDITIONS OF NEW REGIONALISM FORMATION IN UKRAINE

У статті обґрунтовано систему забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні. Доведено, що економічна безпека регіональних господарських систем, виступає складовою національної безпеки країни. Виокремлено складові підсистеми системи економічної безпеки регіонів. Обґрунтовано внутрішню структуру економічної безпеки регіонів, що характеризується трьома параметрами: економічною самостійністю, стабільністю та стійкістю соціально-економічного розвитку, а також спрямованістю на саморозвиток та модернізацію регіональних господарських систем.

Ключові слова: новий регіоналізм, економічна безпека, національна безпека, регіональні господарські системи, система.

В статті обоснована система забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні. Доказано, що економічна безпека регіональних господарських систем, виступає складовою національної безпеки країни. Виділені складові підсистеми системи економічної безпеки регіонів. Обоснована

внутрішня структура економічної безпеки регіонів, котра характеризується трьома параметрами: економічною самостійністю, стабільністю та стійкістю соціально-економічного розвитку, а також спрямованістю на саморозвиток та модернізацію регіональних господарських систем.

Ключевые слова: новый регионализм, экономическая безопасность, национальная безопасность, региональные хозяйственные системы, система.

The article substantiates the system of ensuring the economic security in regional economic systems in the conditions of a new regionalism formation in Ukraine. It is proved that economic security of regional economic systems is an integral part of country national security. The components of the subsystem of the regions' economic security system are singled out. The internal structure of regions' economic security is characterized by three parameters: economic independence, stability and sustainability of socio-economic development, as well as a focus on self-development and modernization of regional economic systems.

Key words: new regionalism, economic security, national security, regional economic systems, system.

УДК 330.3:338.49

Тулчинський Р.В.

к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та публічного адміністрування

Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая

Постановка проблеми. Трансформаційні зрушення в Україні, реформування системи державного управління у напрямі децентралізації владних повноважень центральних органів влади, що відбуваються у напрямі становлення нового регіоналізму в Україні, вимагають забезпечення існуючих та попередження виникаючих нових загроз функціонуванню регіональних господарських систем та соціально-економічному розвитку країни в цілому.

Дослідження тлумачення сутності понять «регіоналізм» та «регіоналізація», дає можливість стверджувати, що ці поняття мають дуалістичну природу. Науковці зазначають, що регіоналізм й регіоналізація, полягаючи у поглибленні демократичних процесів соціально-економічного розвитку, формуючи, під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, регіональну свідомість та ідентичність, що може бути пов'язана із виникненням загроз політичного характеру, а саме поляризацією сус-

пільства та територіальної цілісності держави. Також, це підтверджується досвідом становлення нового регіоналізму, наприклад, в європейських країнах таких, як: Іспанія, Італія, Франція, а також у Великобританії. Це, а також суспільно-політична ситуація, яка склалася в Україні останнім часом, зумовлює необхідність забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем та країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед іноземних дослідників, які досліджують питання нового регіоналізму, необхідно відмітити: В. Барнза, М. Кітінга, П. Кука, Л. Ледебура, Дж. Лонгліна, Дж. Луфліна, Дж. МакКомби, Ч. Ф. Сейбла, М. Сеттерфілда, М. Сторпера, А. Харрелла, Б. Хеттне Д. Цейтлін та ін.

Серед вітчизняних науковців, що займаються проблематикою становлення нового регіоналізму в Україні необхідно відзначити: М. Бутко, Б. Бураковського, Є. Василькова, С. Вовканича, А. Власюка, М. Гетьманчука, А. Гриценка, В. Ємельянова, А. Жицького, В. Загорського, І. Зварича, Ю. Кіндзерського, В. Кравцова, Н. Мирну, С. Пирожкова, С. Романюка, В. Сиденка, Л. Семів, О. Чугрину, Г. Щедрову та ін.

Питання економічної безпеки регіонів висвітлюються у працях українських науковців: Д. Буркальцеву, З. Варналія, З. Герасимчук, О. Головченко, А. Гуменюк, О. Саєнко, Л. Семкову та інших. Віддаючи належне науковому доробку вчених, необхідно відзначити, що питання щодо системи забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні залишаються актуальними та недостатньо розробленими. Це, у свою чергу, вимагає подальших досліджень у даному напрямку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування системи забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні. Для досягнення поставленої мети було вирішено наступні завдання: обґрунтовано, що економічна безпека регіональних господарських систем виступає складовою національної безпеки; виокремлено складові підсистеми системи економічної безпеки регіонів; обґрунтовано внутрішню структуру економічної безпеки регіонів, що характеризується трьома параметрами: економічною самостійністю, стабільністю та стійкістю соціально-економічного розвитку, а також спрямованістю на саморозвиток та модернізацію регіональних господарських систем.

Виклад основного матеріалу. Відповідно указу Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України»» цілями Стратегії національної

безпеки України є: «мінімізація загроз державному суверенітету та створення умов для відновлення територіальної цілісності України у межах міжнародно-визнаного державного кордону України, гарантування мирного майбутнього України як суверенної і незалежної, демократичної, соціальної, правової держави; утвердження прав і свобод людини і громадянина, забезпечення нової якості економічного, соціального і гуманітарного розвитку, забезпечення інтеграції України до Європейського Союзу та формування умов для вступу в НАТО [6]. Серед основних напрямів державної політики національної безпеки задекларовано забезпечення економічної безпеки.

При цьому, економічна безпека, виступаючи складовою національної безпеки, є її матеріальним базисом, оскільки досягти екологічної й інформаційної безпеки, дієспроможної обороноздатності, фінансової незалежності держави, забезпечення національної безпеки у зовнішньополітичній сфері можливо за умов стабільного соціально-економічного розвитку держави та її регіонів.

Економічна безпека має багатовекторний характер, оскільки її об'єктами виступають окремі особи, домашні господарства, групи людей, підприємства, громади, окремі території, галузі, групи галузей, регіони та держава в цілому. Ефективність безпеки в цілому залежить від узгодженості інтересів держави та регіонів, їх сил та своєчасних засобів, спрямованих на необхідний захист населення. В умовах становлення нового регіоналізму в Україні регіони набувають суб'єктності на міжнародному ринку, що, у свою чергу, актуалізує питання забезпечення економічної безпеки регіонів, оскільки, маючи свої унікальні особливості, регіони України мають і свої особливі загрози, що пов'язані, наприклад, із кліматично-природними умовами, статусом прикордонних територій, енергозалежністю тощо.

Економічну безпеку регіону, в цілому, необхідно розглядати як певну систему із притаманними будь-якій системі властивостями, яка, у свою чергу, є підсистемою національного рівня. Крім того, як комплексну систему заходів гарантування забезпечення конкурентоспроможності, стабільності, а також необхідними виробничими, фінансовими, трудовими, технологічними та іншими ресурсами суб'єктів регіональної суспільної системи для соціально-економічного розвитку регіонів, ураховуючи інтереси кожного громадянина та різноманітних груп населення, поєднуючи їх із регіональними та загальнодержавними інтересами в умовах дії різного роду загроз внутрішнього та зовнішнього середовища.

Економічна безпека регіонів, виступаючи системою, має свої складові підсистеми. Аналіз досліджень [2, с. 67; 5, с. 75; 1, с. 31] дає можливість виділити наступні підсистеми:

– виробнича – обумовлена наявністю ресурсів та виробничих потужностей, станом зношеності основних засобів, сформованістю системи розширеного відтворення із урахуванням виробничої регіональної специфіки;

– фінансова – характеризується регіональною бюджетною системою, профіцитом або дефіцитом регіонального бюджету, податковими надходженнями до регіонального бюджету;

– екологічна – полягає у забезпеченні певних норм довкілля; техногенному стані регіону;

– громадська – кримінальна ситуація, ступень корупції та розвиненість тіньової економіки;

– продовольча – забезпечення якісними продуктами харчування;

– інноваційно-інвестиційна – інвестиційна привабливість регіонів та спроможність інноваційного розвитку регіонів, можливості продукувати нові знання, обсяг виконаних науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, розвиток науково-технічного та інноваційного потенціалу;

– соціально демографічна – характеризується станом ринку праці та його структурою, мотивацією на ринку праці, якістю та умовами життя населення регіону, тривалістю життя, рівнем соціально-обумовлених захворювань, міграційними процесами, диференціацією доходів населення.

На погляд науковців [5, с. 94; 4, с. 65] внутрішня структура економічної безпеки регіонів характеризується трьома параметрами:

по-перше, економічною самостійністю, яка по суті є відносною, оскільки і економічна безпека регіону має системну основу та виступає підсистемою економічної безпеки країни, а також регіон залежить від політики центральних органів влади. Але, самостійність полягає у можливості регіону контролювати залучення регіональних ресурсів до виробництва, яке спроможне ефективно виробляти високоякісну конкурентоспроможну продукцію на світовому ринку, приймати рішення щодо попередження економічних загроз або локалізації їх наслідків. Також, із урахуванням того, що українське законодавство декларує принципи відкритості економіки міжнародним економічним зв'язкам, у тому числі на рівні регіонів, особливої уваги щодо забезпечення економічної безпеки потребують зовнішньоекономічні зв'язки прикордонних регіонів.

При формуванні співпраці та налагодженні міжнародних зв'язків необхідно орієнтуватися на гнучкі, взаємовигідні форми співпраці із можливістю реалізовувати регіональні інтереси у міжнародній сфері, оскільки занадто велика відкритість до міжнародних господарських зв'язків призводить до залежності від кон'юнктури світових ринків, несприятливі зміни яких призводять до посилення негативного впливу на соціально-економічний

розвиток регіонів, а також це може загрозувати національним інтересам країни.

по-друге, стабільністю та стійкістю соціально-економічного розвитку, що виступає основою розвитку регіонів та полягає у захисті прав власності суб'єктів регіональних господарських систем, недопущенні дестабілізації соціально-економічної ситуації в регіоні, боротьбі із кримінальними структурами та корупцією тощо;

по-третє, спрямованістю на саморозвиток та модернізацію регіональних господарських систем, з орієнтацією на створення сприятливих умов для залучення інвестиційних ресурсів у регіон, розширення виробництва інноваційної діяльності, залучення інтелектуального капіталу до виробництва, підвищення кваліфікації робочої сили тощо.

Забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем та країни в цілому повинно представляти собою систему постійного моніторингу та стратегічних заходів щодо запобігання ймовірним загрозам та усуненню їх наслідків як на державному так і на регіональному рівнях, що спрямована на інтеграцію регіонів у єдиний політичний, економічний, духовний простір країни із збереженням регіональних особливостей соціально-економічного розвитку.

Система забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні повинна бути спроможною не тільки вчасно запобігати порушенню соціально-економічного розвитку, що може виникати під впливом як внутрішніх так і зовнішніх загроз, а також, із урахуванням того, що новий регіоналізм надає регіонам суб'єктності у глобальному просторі, сприяти зростанню конкурентоспроможних позицій регіону на світовому ринку.

Для цього необхідно, щоб система забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні відповідала такому критерію як самозабезпеченість, що полягає у формуванні спроможності та її ресурсної бази для самостійного вирішення проблем, виникаючих в регіоні під впливом внутрішніх і/або зовнішніх загроз, в контексті забезпечення позитивної динаміки соціально-економічного розвитку регіону. Такі ресурси, що можуть формуватися регіоном як певний відсоток від надходжень регіонального бюджету і/або його профіциту, дадуть можливість регіонам більш ефективно забезпечувати економічну безпеку, швидко реагувати на критичні ситуації, протидіяти загрозам, відновлювати соціально-економічні процеси.

Погоджуємося з науковцями [5, с. 154; 3, с. 73], які вважають, що у систему забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в

Україні повинен включатися компенсаційний механізм, який спроможний протидіяти різноплановим загрозам регіонів.

Метою створення компенсаційного механізму є максимально швидке реагування на виникаючі загрози за рахунок надання соціальної допомоги, міжнародної та міжрегіональної співпраці, системи страхування, функціонування фондів підтримки соціально-економічного розвитку регіонів, гнучкої системи перепідготовки кадрів, створення мобільних заходів охорони здоров'я тощо. Створення компенсаційного механізму в системі забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем в умовах становлення нового регіоналізму в Україні не в змозі і не повинно усувати всі наслідки наявних загроз, але спроможне за рахунок часового фактору вчасно локалізувати деякі з них і/або зменшити їх наслідки.

Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів та загроз економічній безпеці розвитку регіонів також повинен доповнюватися інструментарієм альтернативних рішень для органів регіональної влади в межах процесу оперативного прийняття рішень.

Особливе місце в системі забезпечення економічної безпеки регіональних господарських систем займає моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів в умовах становлення нового регіоналізму.

Висновки з проведеного дослідження. На наш погляд, стратегічне забезпечення економічної безпеки регіонів – це певний стратегічний план дій, який спрямований на розвиток економіки регіонів в умовах становлення нового регіоналізму, який, у свою чергу, проявляється у розвитку соціальної, культурної та інших сфер діяльності регіонів.

Отже, в результаті дослідження обґрунтовано, що економічна безпека регіональних господарських систем виступає складовою національної безпеки. До складових системи економічної безпеки регіонів слід відносити: виробничу, фінансову,

екологічну, громадську, продовольчу, інноваційно-інвестиційну, соціальну та демографічну підсистеми. Внутрішня структура економічної безпеки регіонів характеризується трьома параметрами, а саме: по-перше, економічною самостійністю; по-друге, стабільністю та стійкістю соціально-економічного розвитку; по-третє, спрямованістю на саморозвиток та модернізацію регіональних господарських систем.

Стратегічне забезпечення економічної безпеки регіонів в умовах становлення нового регіоналізму в Україні має певну специфіку, що притаманна стратегічним програмам, а саме, стратегії надають орієнтири та пріоритети для середньострокових планів й програм поточної діяльності, які повинні погоджуватися та не суперечити один одному.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варналій З. С., Буркальцева Д. Д., Саєнко О. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення: монографія Київ, Знання України, 2011. – 299 с.
2. Герасимчук З. В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізм реалізації. Луцьк, «Надстир'я», 2000. – 250 с.
3. Гуменюк А. М. Безпека структурно-інституціональної трансформації економіки регіону: теоретичні основи та прикладні аспекти : монографія. Київ, НІСД, 2014. – 468 с.
4. Семкова Л.В. Економічна безпека регіонів. Вісник приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. Вип. 27. 2014. С. 63-69.
5. Сенчагов В. К. Экономическая безопасность: геополитика, самосохранение и развитие: в 4-х кн. Институт экономики РАН. Москва, ЗАО «Финстатинформ», 2002. Кн. 4. – 128 с.
6. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України»» № 287/2015 від 26.05.2015 р.

НОВИЙ ВИД НАУКОВИХ ПОСЛУГ



Причорноморський
науково-дослідний інститут
економіки та інновацій

Шановні колеги! Питання академічної доброчесності є надзвичайно актуальними у наш час. Враховуючи великі масиви інформації, що з'являються у всесвітній мережі, жоден вчений не може бути впевненим, що його авторське право захищене. Крім того, поширеною є ситуація, коли декілька вчених в одній галузі науки користуються однаковими

джерелами інформації, а в результаті безкоштовні програми пошуку плагіату засвідчують стовідсоткові збіги тексту, що може призвести до безпідставних звинувачень у плагіаті, особливо після перевірки за базою даних авторефератів та дисертацій. Це викликано тим, що порівняння з іншими дисертаціями не вказує на використання спільних першоджерел (статей, монографій, статистичних щорічників, словників тощо), а однозначно визначає тільки збіг тексту, ігноруючи навіть цитати. Важливим є також те, що чинне законодавство однозначно визначає, що перевірку може здійснювати виключно установа за профілем дослідження, а не поширені в мережі безкоштовні програми. Для уникнення подібних ситуацій ми пропонуємо Вам скористатися науковою **послугою оцінки технічної унікальності наукового тексту** за допомогою *ліцензованого* програмного забезпечення, яке гарантує похибку перевірки до 3%. Переваги такої перевірки порівняно з іншими методами:

- Ви укладаєте угоду про надання послуг;
- Ваш файл *не розміщується у мережі*, тобто інформація і авторство залишаються анонімними;
- Ви *отримуєте звіт*, підготовлений за допомогою *ліцензованого* програмного забезпечення; *порівняльну таблицю* однакових фрагментів тексту із зазначенням джерела; *офіційний звіт про надану послугу* із зазначенням результатів;
- Ви отримуєте вичерпну інформацію про текстові збіги у Вашому дослідженні та дослідженнях інших авторів не тільки українською, але і російською та англійською мовами;
- Ви користуєтесь програмним забезпеченням, яке використовується *тільки спеціалізованими науковими та освітніми установами* і розроблене виключно для пошуку текстових збігів *саме у наукових дослідженнях*, а не у публіцистиці, рекламних веб-сайтах тощо;
- Виключна робота з авторами – ніхто, крім автора тексту, не зможе замовити у нас перевірку цього тексту, що забезпечить Вас від *перевірок третіми особами*;
- Ви отримуєте можливість коректно оформити посилання на першоджерела;
- Існує можливість перевірки *будь-яких наукових досліджень*: статей, рефератів, авторефератів, дисертацій, доповідей, тез, звітів тощо.

Терміни і вартість перевірки і надання звіту:

Характер наукової роботи	Терміни (робочих днів)	Вартість
Докторська дисертація	5 – 10	5000 грн
Кандидатська дисертація	3 – 7	3000 грн
Автореферат	1 – 2	500 грн
Стаття (обсягом до 12 сторінок)	1 – 2	500 грн
Інші види робіт	За домовленістю	За домовленістю

Для того, щоб замовити послугу, Вам необхідно звернутись електронною поштою до Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій, вказавши у темі листа «**Оцінка унікальності тексту**». У листі вкажіть адресу для листування, додайте файл у форматі MS Word з текстом наукового дослідження. Фахівець відповідного відділу надасть Вам відповідь щодо процедури здійснення експертизи.

Контактна особа:

Шумилова Тетяна – молодший науковий співробітник Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій.

+38 (048) 709-38-69

+38 (093) 253-57-15

shumilova@iei.od.ua

З повагою, дирекція Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій.

Наукове видання

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 24

Коректура • *Ю. Никитенко*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 24,25. Ум.-друк. арк. 30,92.

Підписано до друку 29.12.2017. Наклад 100 прим.

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса: вул. Сегедська 18, каб. 422, м. Одеса, Україна, 65009

E-mail: info@iei.od.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 5218 від 22.09.2016 р.