

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 29
Частина 1



Одеса
2018

Головний редактор:

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор

Заступник головного редактора:

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор

Відповідальний секретар:

Коркоц О.М. – кандидат економічних наук

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 № 5 від 25.06.2018 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», 2018

ЗМІСТ

**РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

Бєлоусова С.В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	5
Ситников М.М., Єгоров А.О. АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ ЗАЛУЧЕННЯ ДОСВІДУ ЄС.....	10
Шлапак А.В. НОВІ ПРІОРИТЕТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ США.....	15

**РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

Буркун В.В. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ АВТОТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....	20
Васюренко Л.В. ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	24
Верхоглядова Н.І., Кононова І.В. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	28
Крикун О.О. УПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ПРОГРАМ (ПРОЕКТІВ) У СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....	33
Мізюк С.Г. МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ВАЖЕЛІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ.....	38
Обозна А.О., Мерлянов М.В., Гаврилова О.В. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНОГО ТУРИЗМУ В МИКОЛАЄВІ.....	42
Рехтета І.І. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	46
Сало І.А. ПРОГНОЗ ОСНОВНИХ ПАРАМЕТРІВ РИНКУ ПЛОДІВ І ЯГІД.....	50

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бердар М.М. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	54
Благодир Л.М., Яворська К.Л. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ.....	61
Великий Ю.М., Тєшева Л.В., Височін З.В. УПРАВЛІННЯ ОПТИМІЗАЦІЄЮ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	68
Волкова Л.О. КОЛЕКТИВНИЙ ДОГОВІР ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ.....	73
Волошина С.В. ПРОДУКТИВНІ ЗДІБНОСТІ ЛЮДИНИ ЯК ПОТЕНЦІАЛ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	77
Зборовська О.М., Зборовський Р.В. ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВАРТІСТЬ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА.....	83
Коваленко М.О. МОДЕЛЬ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ ГІРНИЧОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ ЗА НАПРЯМАМИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	88

Kazlouski V.U., Ganski U.A. MODERN PROBLEMS AND FEATURES OF MANAGEMENT OF HISTORICAL HERITAGE INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF INCREASING THEIR SERVICE NATURE.....	93
Косарева І.П., Крамська Д.О. ЛІКВІДНІСТЬ БАНКУ: СУТНІСТЬ ТА ВПЛИВ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ.....	99
Красовська О.Ю. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	104
Лысевич С.Г. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ПУТЁМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	109
Дудник О.В., Міненко С. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНЦІЯ» ТА «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ».....	112
Розумей С.Б., Ступка К.Є., Ніколаєнко І.В. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ПИВНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	117
Семенова Т.В., Гуменюк Т.Є. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	123
Тадеев Ю.П., Ковальчук М.М. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	127
Савченко В.Ф., Гоголь Т.А. СТРУКТУРНА ПЕРЕБУДОВА УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ.....	131
Чебанова Т.Є. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	138
Герасименко В.М. РОЛЬ І МІСЦЕ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ЩОДО МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ.....	143
Рудь М.М. РОЛЬ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	147
Якушко І.В. ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНУ ДИНАМІКУ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ.....	153
Пінчук А.О. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВИ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	160
Новий вид наукових послуг.....	167

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINE: THE MAIN PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

У статті досліджено сутність понять «інвестиційний клімат» та «інвестиційна привабливість», їх відмінність, а також запропоновано авторське трактування досліджуваних категорій. Розкрито структуру надходження прямих іноземних інвестицій в економіку, вивчено динаміку надходжень іноземного капіталу. Визначено основні проблеми залучення інвестицій у вітчизняну економіку, стан інвестиційної привабливості України за міжнародними рейтинговими оцінками, а також запропоновано напрями підвищення інвестиційної привабливості економіки.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість, інвестиційний потенціал.

В статье исследована сущность понятий «инвестиционный климат» и «инвестиционная привлекательность», их отличие, а также предложена авторская трактовка исследуемых категорий. Раскрыта структура поступления прямых иностранных инвестиций в экономику, изучена динамика поступлений иностранного капитала.

Определены основные проблемы привлечения инвестиций в отечественную экономику, состояние инвестиционной привлекательности Украины по международным рейтинговым оценкам, а также предложены направления повышения инвестиционной привлекательности экономики.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, инвестиционный потенциал.

The essence of statements investment climate and investment attractive, their difference are explored in the article. The look of the author at these categories was proposed. The structure of direct foreign investments in the economy was opened; the dynamics of foreign capital was studied. The main problem of attracting foreign investments into the economy, the state investment attractiveness of Ukraine was researched by international rating and the ways of increasing investment attractiveness of the economy were proposed.

Key words: investment, investment climate, investment attractiveness, investment potential.

УДК 339

Белоусова С.В.

старший викладач кафедри фінансів і кредиту

Харківський інститут фінансів

Київського національного торговельно-економічного університету

Постановка проблеми. Події останніх років значно вплинули на економічну систему країни. Конфлікт на Сході України, анексія Криму, політична та економічна нестабільність призвели до зменшення іноземних інвестицій, зокрема іноземні інвестори стикаються з невизначеністю щодо того, наскільки інвестиції в Україну охороняються в час збройного конфлікту й військової окупації. Сьогодні Україна не може досягти економічного розвитку за рахунок власних фінансових ресурсів і потребує залучення іноземних коштів. Тому питання залучення іноземних інвестицій і створення сприятливого інвестиційного клімату є найбільш актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед науковців, які досліджували питання, пов'язані з інвестиціями, інвестиційною привабливістю та створенням сприятливого інвестиційного клімату, слід вказати на таких, як П. Зачепило, І. Іващук, І. Крупка, А. Пересада, А. Пешко, В. Струніна.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення цінових аспектів розвитку промисловості в умовах рецесії економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Незважаючи на велику кількість праць, присвяче-

них аналізу інвестиційного клімату в Україні, існує необхідність подальшого дослідження питання підвищення інвестиційної привабливості економіки в сучасних умовах.

Метою статті є розвиток понять «інвестиційний клімат» та «інвестиційна привабливість»; з'ясування відмінності чи подібності вказаних економічних категорій; аналіз обсягу інвестицій в економіку України; їх розподіл за регіонами; визначення проблем; розробка заходів для покращення інвестиційної привабливості України.

Нині інвестиції є одним із важливих засобів забезпечення необхідних умов виходу з економічної кризи, що грають значну роль у формуванні економічного зростання та сприяють прогресивному розвитку нашої держави. Але нестача капіталу є головною проблемою розвитку всіх галузей. Саме тому великого значення набуває налагодження стабільного інвестиційного процесу в країні [1].

Для проведення якісного і глибокого аналізу інвестиційної привабливості варто дослідити наукові підходи до трактування сутності понять «інвестиційний клімат країни» та «інвестиційна привабливість країни», їх тотожність чи відмін-

ність, а також на їх основі запропонувати авторське трактування досліджуваних категорій.

Отже, інвестиційний клімат варто розглядати сукупністю різноманітних факторів (економічних, соціальних, політичних), що беруться до уваги інвестором, до початку здійснення інвестиційної діяльності, а інвестиційну привабливість слід висвітлити сукупністю умов функціонування економіки, які б могли зацікавити інвестора щодо подальшого вкладення ресурсів.

Отже, з'ясувавши відмінність між розглянутими економічними категоріями, варто зупинитись на аналізі ситуації щодо інвестиційної привабливості України загалом.

Існуючі в Україні перешкоди реалізації пріоритетів формування інвестиційного клімату мають системний характер і охоплюють правовий, економічний, науково-технологічний та фінансовий складники [4]. Ключовими характерними особливостями, які стримують поліпшення інвестиційного клімату, є:

1) відсутність в Україні сталої стратегії та відповідного національного плану дій, який є прийнятним, дотримується усіма політичними «командами» й орієнтований на забезпечення усім суб'єктам економічних відносин рівних економічних прав та обов'язків у здійсненні фінансово-економічної діяльності. Суттєвою вадою розбудови сприятливого інвестиційного клімату є фокусування політики переважно на розвитку великого бізнесу і відставання у здійсненні регуляторної реформи, що гальмує розвиток підприємницького середовища в країні. Зміни, які сталися внаслідок політичної реформи, не сприяли підвищенню впевненості суспільства в послідовності економічного курсу, зокрема ключових його складників (політики щодо захисту прав приватної власності, ринку землі, механізмів ПДВ, стабільності курсу національної валюти, напрямів зовнішньоекономічної інтеграції тощо) [3];

2) обмеженість потенціалу залучення ПІІ в Україну через приватизацію державних підприємств. Попри існування певної кількості державних підприємств, у які можна залучати інвестиції, перспектива розвитку цього джерела залучення інвестицій є обмеженою вже у короткостроковому періоді. Подальше залучення ПІІ в економіку України залежатиме від оперативності усунення невиправданих витрат, ризиків і бар'єрів для конкуренції, які стимулюють інвесторів здійснювати інвестиції;

3) переобтяженість регуляторними нормами та складність податкової системи. Так, за даними Світового Банку, Україна за рівнем якості середовища для здійснення господарської діяльності посідає 128 місце з 175 країн, поступаючись усім країнам Центрально-Східної Європи та навіть більшості пострадянських країн, таким як Вірменія (34),

Грузія (37), Казахстан (63), Киргизстан (90), Росія (96), Азербайджан (99), Молдова (103). В Україні нараховується 98 видів податкових платежів на опрацювання та сплату яких компанії витрачають 2 185 годин робочого часу щороку. При цьому підприємство має заповнити 92 сторінки податкових декларацій, тоді як середній у світі показник становить 35 сторінок [12]. Між тим, наприклад, в Естонії підприємства сплачують 11 видів податків, на які витрачається лише 104 години, в Болгарії – 27 і 616 відповідно, Польщі – 43 і 175, Казахстані – 34 і 156. Фактично податкова система України є однією з найбільш ускладнених та громіздких серед країн Центрально-Східної Європи, для яких ці показники складають 50 і 423 відповідно. За цим критерієм вона значно поступається країнам Європейського Союзу (далі – ЄС) (25 (найбільша кількість податків в Польщі – 43, Словенії – 34)) [9];

4) суттєве податкове навантаження. Ставка податку на прибуток в Україні (25 %) є вищою, ніж у багатьох країнах Центрально-Східної Європи, проте, зважаючи на високу порівняно з країнами ЄС прибутковість вкладення капіталу, ця різниця не є значною перешкодою для інвестицій. Водночас стримуючим чинником для поліпшення інвестиційного клімату є механізм адміністрування податків, зборів та обов'язкових платежів, а також непрогнозованість дій уряду щодо встановлення та адміністрування інших податків та податкових платежів;

5) недієздатність механізмів забезпечення ринкових прав і свобод інвесторів, а також низький рівень захисту інвесторів. Значним є відставання за цими показниками України від «країн-еталонів» ОЕСР з розвиненим корпоративним законодавством та менеджментом. Найбільше відставання спостерігається за критерієм розкриття інформації, що ускладнює потік на український ринок іноземних інвесторів, а також підвищує ризики придбання пакетів акцій, які не є контрольними, внаслідок зростання витрат на вивчення потенційних партнерів та загроз втрати оперативного управління інвестиціями. Негативну роль грає пасивність держави у забезпеченні інституційного поля для поліпшення інвестиційного клімату через моніторинг та контроль за дотриманням прийнятих норм законодавства. За рейтингом захищеності прав власності, складеним Property Rights Alliance, Україна серед 70 найбільших країн світу посіла 58 місце і поступається всім країнам Центрально-Східної Європи, зокрема за такими критеріями, як незалежність судів, довіра населення до судів, корупція, захист прав інтелектуальної власності, авторських прав тощо;

6) низький рівень ефективності законодавства з питань корпоративного управління, що зумовлює виникнення конфліктів та протистоянь із залученням силових органів, блокування діяльності під-

приємств, нагнітання соціальної напруженості. Зокрема найгострішими проблемами є непрозорість системи реєстрації та можливість викривлення відомостей про акціонерів, розмивання капіталу внаслідок додаткових емісій акцій, блокування проведення зборів акціонерів тощо. Неврегульованим залишається питання прав міноритарних акціонерів, що знижує гарантії захисту прав власників та значно підвищує ризики інвестицій в економіку України;

7) негативний міжнародний імідж України, який склався внаслідок відсутності масових «успішних» інвестиційних історій, які б могли слугувати засобом реклами національного інвестиційного клімату; низький рівень підготовки суб'єктів національної економіки до формування інвестиційних пропозицій; значні диспропорції регіонального та галузевого розвитку, що зумовлюють концентрацію інвестицій у вузьких сегментах ринків та територій; застарілість інфраструктури тощо.

Ураховуючи ці обставини, головним завданням на короткострокову перспективу є підготовка необхідної правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення інвестиційного клімату й формування основи збереження та нарощування конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

В Україні наявні об'єктивні й суб'єктивні чинники, які негативно впливають на процес іноземного інвестування, а саме:

1) залучення іноземних інвестицій відбувається в умовах економічної кризи. Дехто з інвесторів призупинив діяльність на території України, висловлюючи свою невпевненість у подальшій співпраці, подаючи запити щодо економічної політики уряду;

2) нестабільне законодавство, відсутність надійних гарантій захисту від його змін для іноземних інвесторів;

3) повільні темпи приватизації. Іноземні інвестори, банки та фінансові організації під час вкладання коштів у інвестиційні проекти надають перевагу приватним підприємствам; Національний лісотехнічний університет України 164 Збірник науково-технічних праць

4) невирішеність питання щодо надання у приватну власність земельних ділянок під об'єкти, що приватизуються;

5) темпи інфляції залишаються на значно вищому рівні, ніж у країнах Західної Європи і США;

6) низька купівельна спроможність значної частини населення зменшує можливість реалізації на внутрішньому ринку продукції, що могла б вироблятися на новостворених або реконструйованих із допомогою іноземного капіталу підприємствах;

7) невисокий рівень розвитку інфраструктури, яка могла б забезпечити швидкий опе-

ративний зв'язок України з іншими країнами, надавати необхідні послуги для оперативного управління діяльністю підприємств з іноземними інвестиціями [3].

Протягом останнього десятиріччя спостерігається покращення ситуації із залучення іноземних інвестицій в економіку України, проте обсяги залучених інвестицій нині не відповідають тому рівню, якого реально потребує наша економіка [8, с. 278]. Згідно з даними Державної статистики, обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України на кінець 2016 року склав 44,791 млрд. дол., що на 2 282 млрд. дол. більше за показник на початок року на рівні 42,509 млрд. дол. [9].

Як повідомляється на сайті Державної служби статистики України, на кінець 2016 року в економіку України іноземними інвесторами вкладено 3,8 млрд. дол. США, що на 1 816,7 млн. дол. більше, ніж у попередньому році (дані наводяться без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та Севастополя, а також частини зони проведення антитерористичної операції) [9].

Привабливість України як інвестиційного об'єкта характеризується тим, що найбільша частка загального обсягу інвестицій припадає на промисловість, а саме 29,6% від загального обсягу інвестиційних вкладень. Ще 29,4% припадає на фінансову та страхову діяльність. Тобто найбільшою популярністю користуються галузі, які переживають піднесення і зорієнтовані на внутрішнє споживання. Найбільшими інвесторами є Сполучені Штати Америки, Кіпр, Великобританія, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація, Австрія, Польща [1].

Для зовнішнього інвестора фінансовий сектор є привабливим завдяки вищим (порівняно з європейськими країнами) процентним ставкам і значним темпам динаміки масштабів банківської діяльності.

Важливою проблемою інвестиційної політики в Україні є нерівномірність її здійснення, тому її необхідно проводити в кожному регіоні країни, виходячи з його можливостей і потреб розвитку [1]. Наприклад, у Західних областях найкраще розвиватиметься курортно-туристична мережа, а також галузі з використанням нафти, газу, сірки. У Східному регіоні доцільно здійснити реконструкцію галузей на основі новітніх технологій, зокрема технічне переобладнання шахт.

Найбільше інвестицій залучено в м. Київ, Дніпропетровській, Донецькій, Харківській та Київській області. Найменше – в Луганській та Івано-Франківській області. Таке спрямування прямих іноземних інвестицій в регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів та посилює подальше збільшення розриву у їх розвитку.

Для стимулювання внутрішніх інвестицій основним завданням є надання пільг малому та середньому підприємству для використання розроблених інвестиційних проектів, що потребує створення спеціальних інформаційно-економічних підрозділів на рівні регіонів [1].

У рейтингу інвестиційної привабливості країн світу "International Business Compass" за 2016 рік [6] Україна впала на 41 позицію (порівняно з попереднім періодом) і посіла 130 місце (2015 рік – 89 місце). Погіршення видно за всіма категоріями. Особливо значним є падіння в частині економічних показників. Такі результати зумовлені політичною кризою і подіями в східній частині країни, які авторитетна німецька аналітика, на жаль, розглядає як громадянську війну. При цьому в субіндексі за інноваціями (кількість зареєстрованих патентів в країні) ми перебуваємо на 39 місці з 85 країн-учасниць, що є добрим результатом [6].

Згідно з даними аналітичної частини дослідження, можна говорити про залежність інвестиційної привабливості від стану економіки в державі, функціонування фінансово-кредитної системи, доходів населення, дохідної політики бюджетів усіх рівнів.

Основними проблемами, що перешкоджають визнанню України як інвестиційно привабливої держави, можна визначити такі:

1) суттєве податкове навантаження; ставка податку на прибуток в Україні (18%) та ставка ПДВ (20%) є вищими, ніж у багатьох країнах Центрально-Східної Європи; проте з огляду на високу порівняно з країнами ЄС прибутковість вкладення капіталу ця різниця не є значною перепорою для інвестицій; водночас стримуючими чинниками для поліпшення інвестиційного клімату є інші податки та податкові платежі [12, с. 169];

2) корупція на всіх ланках влади, непрозорість процедур ухвалення рішень органами виконавчої влади;

3) недієздатність механізмів забезпечення ринкових прав і свобод інвесторів, а також низький рівень захисту інвесторів [12, с. 169];

4) військові дії на Сході України, адже через окуповані території йде великий відтік капіталів; також існує великий ризик для інвестора, зокрема іноземні інвестори стикаються з невизначеністю щодо того, наскільки їхні інвестиції в Україну охороняються в час збройного конфлікту й військової окупації.

Зауважимо, що Україна має значний інвестиційний потенціал, адже володіє багатими природними ресурсами, має вигідне географічне розташування, родючі ґрунти, сприятливий клімат, також має високий рівень науково-дослідних розробок у багатьох галузях науки і техніки, має добре розвинену інфраструктуру. Крім того, привабливість української економіки для іноземних

інвесторів ґрунтується на наявності щодо дешевої кваліфікованої робочої сили. Але, незважаючи на ці переваги, стан інвестиційної привабливості України сьогодні залишається незадовільним, а інвестиційний клімат – ризикованим.

Тому для вирішення зазначених проблем із метою покращення інвестиційної привабливості України варто звернути увагу на такі заходи:

1) зниження податкового навантаження та забезпечення стабільності політичного середовища;

2) боротьба і викорінення корупції на всіх ланках влади, а також забезпечення прозорості процедур ухвалення рішень центральними та місцевими органами виконавчої влади;

3) боротьба з інфляцією, згладжування циклічних коливань економіки, зниження рівня безробіття;

4) забезпечення ефективного функціонування правової сфери, вдосконалення законодавства;

5) оновлення судової системи, необхідність повернути довіру до судів, авторитет суду та суддів не повинен ставитись під сумнів;

6) упровадження економічного механізму страхування ризиків іноземного інвестування.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження можна сказати, що для покращення інвестиційної привабливості України необхідно сформувати стабільну державну політику у сфері іноземного інвестування, розраховану на довгострокову перспективу, а також розробити обґрунтовану державну стратегію залучення іноземних інвестицій з урахуванням національних цілей та пріоритетів. Правильний та раціональний розподіл іноземних інвестицій між різними галузями забезпечить економічний розвиток та підвищить авторитет нашої країни у світі.

Характеризуючи інвестиційну привабливість вітчизняної економіки, хотілося б акцентувати увагу на низці переваг, завдяки яким відбувається залучення інвестованих коштів до створення ВВП. Це дешева робоча сила, кваліфікований персонал, зручне географічне розташування, велика кількість ресурсів (як людського, так і природного). Застосування їх у виробничому циклі наділяє певний асортимент продукції конкурентними перевагами, що стосуються якості та собівартості.

Проте залученню інвестованих коштів перешкоджає обережне ставлення до України потенційних інвесторів. Для того, щоб мати змогу використовувати ці переваги, національне господарство та економічна система має пройти ще низку модифікацій організаційно-нормативного характеру. У проведеному вище дослідженні чітко обґрунтовано причини перебування України на нижніх рядках рейтингів інвестиційної привабливості.

Стосовно України можна сформулювати правило дев'яти ключових інвестиційних чинників:

1) лібералізація підприємницької діяльності. Повинна бути створена працююча схема з виявлення та швидкого усунення бар'єрів для створення, ведення та закриття бізнесу;

2) стабільність та передбачуваність правового поля. Необхідно погоджувати те, що існує, розробити та прийняти нові закони, що встановлюють єдині правила гри для компаній усіх форм власності;

3) корпоративне та державне управління. Цей напрям включає комплекс заходів з урегулювання корпоративних прав, діяльності державної адміністрації та приватизації державної власності;

4) лібералізація зовнішньої торгівлі та руху іноземного капіталу. Цей інвестиційний чинник включає комплекс заходів щодо стимулювання вільного переміщення товарів, послуг і капіталів між державами;

5) розвиток фінансового сектора. Стан фінансового сектора має ключове значення для інвесторів. Тому робота у вказаному напрямі є найбільш важливою для поліпшення інвестиційного клімату;

6) зниження рівня корупції. Необхідно створити таку систему відносин органів влади та бізнесу, яка мінімізує можливості зловживання державних чиновників, забезпечить послідовність у виконанні прийнятих законів та ухвал, полегшить отримання дозволів, ліцензій та санкцій;

7) зниження політичного ризику. Політична стабільність та незалежність економічних пріоритетів від змін в органах влади була та залишається одним із найважливіших позитивних чинників під час ухвалення інвестиційного рішення;

8) імідж і програми просування країни. Довгострокові цілі із залучення зовнішніх інвестицій вимагають постійних зусиль із формування привабливого іміджу країни. Необхідно сформулювати та широко освітлювати державну політику та готовність уряду здійснювати радикальні заходи, орієнтовані на ринкову економіку; публічно підтримувати інвестиції; підсилити комерційні відділи зарубіжних посольств;

9) формування інвестиційних стимулів. Мета дій у цьому напрямі – створення інвестиційних стимулів, аналогічних стимулам торгових партнерів країни.

Вирішення таких завдань знаходиться у підпорядкуванні законодавчої влади. Одним із шляхів є спрощення процедур та правил, пов'язаних із веденням підприємницької діяльності та забезпеченням політичної стабільності.

Завданням виконавчої влади є створення сприятливих економічних умов для розвитку бізнесу, макроекономічна стабілізація та адекватна грошово-кредитна політика та ін.

Потрібно не тільки спрямовувати іноземні інвестиції на поточні потреби розвитку, але й ураховувати майбутні перспективи; розвиток НТП повинен орієнтуватися на зміни, які відбуваються у світі, щоб вийти на міжнародний рівень розвитку. Вирішення проблем, які перешкоджають ефективному залученню іноземних інвестицій, сприятиме покращенню інвестиційного клімату країни та покращенню її економічного становища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фурман І. Розвиток інвестиційної сфери в Україні / І. Фурман, І. Кропивницька. URL: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/62666.doc.htm.
2. Пересада А. Управління інвестиційним процесом. Київ: Лібра, 2002. 472 с.
3. Струніна В. Шляхи поліпшення інвестиційного клімату в Україні. Економіка України. 2001. № 9. С. 11–16.
4. Іващук І. Мотиваційні фактори формування інвестиційного клімату регіону. Фінанси України. 1998. № 1. С. 72–77.
5. Пешко А. Інвестиції: їх значення, види та форми. Інвестиції: практика та досвід. 2007. № 2. С. 3–6.
6. Рейтинг інвестиційної привабливості країн BDO «International Business Compass 2016». URL: <http://www.bdo.ua/uk-ua/news-2/2016/business-compass-2016>.
7. Гуткевич С. Формирование инвестиционной привлекательности аграрного сектора экономики: дисс. ... докт. экон. наук : спец. 08.07.02 «Экономика сельского хозяйства»; Национальный научный центр. Киев, 2004. 384 л.
8. Савіцька О., Бай Т. Особливості залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. № 24. С. 277–283.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Іноземні інвестиції в Україну зросли більш ніж на 5%. URL: <http://economics.unian.ua/finance/1472851-inozemni-investitsiji-v-ukrajinu-zrosli-bilsh-nij-na-5.html>.
11. Озімчук О. Вплив інвестицій на економічний розвиток України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 6 С. 224–227.
12. Третяк Н. Фактори формування інвестиційного клімату в Україні. Фінансовий простір. 2013. № 3. С. 165–170.

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ ЗАЛУЧЕННЯ ДОСВІДУ ЄС

ACTIVATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE BY APPLYING OF THE EUROPEAN UNION EXPERIENCE

Розглянуто побудову інноваційної системи ЄС та головні напрями інноваційної політики. Проаналізовано та визначено динаміку надходження інвестицій та інноваційної активності підприємств в Україні. Виявлено головні проблеми зниження інноваційно-інвестиційної активності в економіці країни. На підставі аналізу європейського досвіду інноваційного розвитку запропоновано шляхи активізації інноваційно-інвестиційних процесів. Показано ефективність співпраці з головними країнами-продуцентами високих технологій з метою адаптації передового досвіду до національних умов. Сформульовано висновки щодо заходів із підвищення активності інноваційно-інвестиційних процесів з метою структурної перебудови економіки та підвищення ефективності виробництва.

Ключові слова: *прямі іноземні інвестиції, інноваційна політика, Європейський Союз, Україна, ефективність, розвиток, проблеми.*

Рассмотрено построение инновационной системы ЕС и основные направления инновационной политики. Проанализирована и определена динамика инвестиций и инновационной активности предприятий Украины. Выявлены основные проблемы снижения инновационно-инвестиционной активности в экономике страны. На основании анализа европейского опыта инновационного развития предложены пути активизации инно-

вационных и инвестиционных процессов в Украине. Показана эффективность сотрудничества с основными странами-производителями высоких технологий с целью адаптации передового опыта к национальным условиям. Сделаны выводы о мероприятиях по повышению активности инновационно-инвестиционных процессов с целью структурной перестройки экономики и повышения эффективности производства.

Ключевые слова: *прямые иностранные инвестиции, инновационная политика, Европейский Союз, Украина, эффективность, развитие, проблемы.*

Geographical structure and dynamics of foreign direct investments (FDI) in Ukraine have been analyzed in the article. The structure of the innovation system and the main directions of the EU innovation policy have been considered. The dynamics of innovation and investment activity of the Ukraine has been analyzed and determined. The main problems of the reduction of innovative investment activity in the region have been identified. On the basis of the analysis of European innovative development, ways of activating innovation and investment processes in Ukraine, effective cooperation with the main countries producing high technologies and adapting best practices to national conditions have been suggested.

Key words: *foreign direct investments, investment politics, European Union, Ukraine, efficiency, development, problems.*

330.341.1 (4)

Ситников М.М.

к.т.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Запорізький національний технічний університет

Єгоров А.О.

к.т.н., доцент кафедри охорони праці і навколишнього середовища
Запорізький національний технічний університет

Постановка проблеми. Соціально-економічний розвиток в умовах реформування та європейської інтеграції гармонічно поєднує загальнодержавну мету економічного зростання України з інтересами всього населення. Суттєвим інструментом активізації соціально-економічного розвитку є перехід економіки до ефективного застосування інновацій з використанням досвіду інноваційної політики Європейського Союзу. Враховуючи сучасні тенденції економічного розвитку, в країнах ЄС приділяють велику увагу інноваційній діяльності, яка забезпечує конкурентоспроможність у світовому економічному просторі. Інноваційна політика ЄС побудована на удосконаленні механізмів і засобів стимулювання інноваційної діяльності на всіх рівнях, а також забезпеченні інституційної підтримки науково-технічного рівня розвитку із застосуванням таких інституцій, як науково-технічні парки, наукові, технічні, інвестиційні центри та інкубатори, венчурні компанії тощо. Важливу роль при цьому відіграє фінансування інноваційної діяльності [1]. Окреме місце в інституційній системі інноваційного розвитку в ЄС слід відвести інноваційним кластерам, які разом із технологічними платформами є основним механізмом впровадження інновацій. Стратегія

розвитку ЄС побудована на пріоритетах інтелектуального, сталого та соціально-інтегрованого зростання в межах інноваційного союзу, що не тільки забезпечить розвиток науково-технічної та інноваційної політик, а буде сприяти вирішенню основних проблем людства, пов'язаних з охороною здоров'я, демографією, кліматом та ефективністю використання ресурсів [2]. Одним із важелів науково-технічного прогресу, ефективної господарської діяльності, економічного і соціального розвитку регіонів і країни загалом, що забезпечує реалізацію людино-центричної концепції, є прискорення інноваційно-інвестиційних процесів [3]. Враховуючи те, що Україна прагне об'єднатися з європейською Спільнотою, вирішення проблем національного інноваційно-інвестиційного розвитку, спрямованого на ефективне соціально-економічне зростання, є актуальним і своєчасним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Взаємозалежність інноваційного розвитку і прямих іноземних інвестицій (ПІІ) та їх вплив на соціально-економічний розвиток окремих регіонів і країн тривалий час досліджують вітчизняні та іноземні науковці. Роботи таких зарубіжних учених, як Н. Креспо, М. Бломстрем, Дж. Даннінг, Л. Алфаро, зробили значний внесок у розроблення теоретич-

них та практичних концепцій ПІІ та інноваційного розвитку. Аналізу інноваційної та інвестиційної діяльності на загальнодержавному та регіональному рівнях, фінансуванню і функціонуванню інноваційних структур присвячені дослідження таких вітчизняних учених, як О. Амоша, В. Геєць, А. Філіпенко, О. Шнирков, О. Рогач, Ю. Макогон, Л. Тимошенко, В. Денисюк, О. Андросов, А. Даниленко, Л. Федулова, І. Одотюк та ін. Однак натеper інноваційно-інвестиційна діяльність в Україні має низку проблем, тому вивчення та адаптація до національних умов інноваційної політики країн Євросоюзу з метою прискорення та активізації економічного розвитку є актуальним і доцільним.

Постановка завдання. Мета роботи – на підставі дослідження інноваційної політики ЄС, аналізу ефективності економічного розвитку, проблем інноваційних процесів та загальної динаміки надходження інвестицій в Україну визначити та запропонувати шляхи підвищення темпів інноваційно-інвестиційної діяльності та зростання соціально-економічного потенціалу країни. Відповідно до мети у роботі було поставлено такі завдання: дослідити побудову та особливості інноваційної політики ЄС, проаналізувати динаміку надходження інвестицій та інноваційну активність підприємств в Україні і розробити пропозиції щодо активізації інноваційно-інвестиційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В ЄС інноваційний розвиток спрямований на ефективну взаємодію організаційно-правових, інформаційних, фінансових та інституційних складників. Основою економічного розвитку є взаємодія регіональної влади, яка займається розвитком інноваційної інфраструктури і кластерною політикою, та держави, що вирішує загальнонаціональні проблеми. При цьому регіональний економічний розвиток, започаткований на наукових дослідженнях, новій техніці та інноваціях, є пріоритетним. Кожна з країн має переваги з того чи іншого критерію [4]. Інноваційна політика ЄС заснована на розробленні нормативних документів, призначених для підтримки інновацій та розвитку підприємницької діяльності і виваженої стратегії розвитку, яка передбачає стійке, всеосяжне економічне зростання. У Договорі про Європейський Союз щодо політики в галузі науки, техніки і технологій окреслена мета науково-технологічної та інноваційної консолідації для вирівнювання рівнів науково-технічного і технологічного розвитку країн Співтовариства шляхом активної співпраці, а також участі у науково-технічних програмах Європейської Комісії. Інноваційна діяльність в ЄС базується на скоординованій співпраці у таких напрямках, як:

- аналіз та прогнозування перспективних і пріоритетних напрямів розбудови інноваційної стратегії;
- організація широкомасштабного інформування з проблем інноваційного розвитку;

- організація інституційно-адміністративних структур;

- утворення інфраструктури для забезпечення інноваційного розвитку;

- фінансування інноваційних розробок та втілення нововведень.

Ці напрями та сучасна європейська науково-технічна політика в країнах ЄС та асоційованих країнах успішно реалізується у межах програми розбудови європейського дослідницького простору (European Research Area) (ЄДП), Стратегії «Європа 2020», ініціатив «Інноваційний Союз», «Європейський науковий простір» (ЄНП) та «Інноваційна ініціатива 2000» [5,6]. Однією з головних цілей Стратегії Європа 2020 є залучення коштів на наукові дослідження та розробки в обсязі 3% від ВВП (інтенсивність R&D). Згідно з інноваційним табло, чотири країни ЄС відносяться до лідерів інновації, досягають та перевищують цей показник: Фінляндія (3,78%), Швеція (3,37%), Данія (3,09%), Німеччина (2,84%). Найменші показники у Кіпру, Словаччини, Румунії та Болгарії (від 0,48 до 0,68) [7]. Рівень інноваційного розвитку країн ЄС характеризується такими показниками, як людські ресурси, підприємництво, фінансування та підтримка інновацій, відкритість та ефективність наукових досліджень, інтелектуальні активи та ін.

Реалізація різноманітних заходів повинна сприяти активізації економічного розвитку за рахунок усіх джерел фінансування. Суттєвий поштовх у розвитку регіональної інноваційно-інвестиційної політики може надати використання та адаптація до регіональних умов досвіду Європейського Союзу. На сучасному етапі регіональна і національна інноваційна політика повинна органічно об'єднувати і використовувати європейський досвід, сконцентрований під час розроблення ЄДП та ЄНП, з метою ефективного використання матеріальних ресурсів, наукового потенціалу, досвіду та досягнень регіональної та національної науково-технічної діяльності, шляхом створення наукового простору, обміну знаннями, технологіями та забезпечення мобільності наукових кадрів [8].

Структура іноземних інвестицій в економіку України показує, що лівову частку становлять прямі іноземні інвестиції [9]. З таблиці 1 видно, що починаючи з 2013 року спостерігається стала тенденція зменшення надходження прямих іноземних інвестицій в Україну з країн ЄС і зростання надходження з Російської Федерації.

Це пояснюється низкою таких об'єктивних причин, як невизначеність економічної і банківської політики, нестабільність адміністративного, митного та податкового законодавства, що заважає залученню іноземних інвесторів. А військові дії на сході України спонукають вітчизняних підприємців виводити з економіки Росії раніше вкладений капітал.

Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з країн ЄС і РФ в економіці України станом на 01 січня з 2013 по 2017 р. (млн. дол. США)

Роки	2013	2014	2015	2016	2017
Усього з країн ЄС	41132,3	41032,8	31046,9	26405,6	26203,6
Кіпр	15907,7	17725,6	12769,4	10239,5	9690,1
Нідерланди	8727,6	9007,5	6986,7	6184,7	5948,4
Великобританія	2496,9	2768,2	2153,4	1790,3	2008,7
Німеччина	4496,3	2908,4	2105,2	1598,2	1581,6
Франція	1510,3	1520,5	1394,6	1305,4	1294,5
Австрія	2476,9	2314,0	1648,7	1559,8	1268,2
Інші країни ЄС	5516,6	4788,6	3988,9	3727,7	4409,1
Російська Федерація	3040,5	3525,9	2338,9	3036,9	4317,4
Усього	51705,3	53704,0	40725,4	36154,5	37513,6

Джерело: складено авторами за даними [9]

Таблиця 2

Інноваційна активність підприємств України з 2011 по 2016 роки

Роки	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Загальна сума витрат на інновації, млн. дол. США	1803,01	1436,87	1196,82	647,26	632,21	909,18
Джерела фінансування:						
власні кошти	954,16	918,14	872,77	550,07	614,51	862,47
держбюджет	18,77	28,07	3,09	28,94	2,53	7,01
іноземні інвестори	7,16	124,51	156,85	11,67	2,68	0,91
інші джерела, млн. дол. США	822,92	366,15	164,11	56,58	12,49	38,79
Питома вага підприємств що займались інноваціями, %	16,2	17,4	16,8	16,1	17,36	18,9
Питома вага підприємств що впроваджували інновації, %	12,8	13,6	13,6	12,1	15,2	16,6
Питома вага реалізованої інноваційної продукції, %	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4	–

Джерело: складено авторами за даними [9]

Серед основних причин, з яких інвестори не проявляють зацікавленості у розміщенні капіталу, слід виділити такі:

- військовий конфлікт на сході України;
- недостатньо розвинута інвестиційна інфраструктура;
- не дуже сприятливий діловий клімат та діловий оптимізм;
- недостатня відкритість влади та високий рівень корупції;
- неефективність державних органів та складні адміністративні процедури;
- відсутність дієвого механізму правового захисту інвесторів від боржників та недобросовісних партнерів;
- відсутність реформування судової системи;
- непередбачуваність економічної політики Уряду та НБУ.

Недостатньо високий рівень надходження іноземних інвестицій в інноваційні проекти можна пояснити невідповідністю сучасного стану технологічного розвитку виробництва в регіоні вимогам створення та функціонування інноваційної моделі економіки. Більшість галузей виробництва

має низький технологічний уклад, морально та фізично застаріле обладнання, технології що не забезпечують конкурентоспроможності продукції та послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках і матеріальних основ для підвищення життєвого рівня населення і його добробуту, не створюючи при цьому науково-технічних та економічних передумов до європейської інтеграції. Крім того, низькі темпи інноваційної діяльності пов'язані з недостатністю фінансування інноваційних проектів у галузях виробництва та на підприємствах.

Інноваційна активність підприємств України починаючи з 2011 року стала знижуватися (табл. 2).

Загальна сума витрат на інновації з 2011 по 2016 рік знизилася майже удвічі (з 1803,01 млн. дол. США до 909,18 млн. дол.), при цьому головним джерелом фінансування інновацій були власні кошти підприємств. Майже у 2,7 раза знизилася питома вага реалізованої інноваційної продукції. Це прямо пов'язано з від'ємною динамікою кількості працівників наукових організацій та зменшенням кількості організацій які виконували науково-дослідницькі розробки (див. табл. 3). Загальна

Кількість працівників наукових організацій за категоріями персоналу

Роки	Працівників усього	Докторів наук	Кандидатів наук	Організації-виконавці н/д розробок
2010	182484	11974	46685	1303
2011	175330	11677	46321	1255
2012	164340	11172	42050	1208
2013	155386	11155	41196	1143
2014	136123	9983	37082	999
2015	122504	9571	32849	978
2016	97912	7091	20208	-

Джерело: складено авторами за даними [9]

кількість працівників зменшилася майже у 2 рази, кількість докторів наук – у 1,7 а кандидатів наук – у 2,3 рази.

До головних проблем, що перешкоджають ефективному переходу національної економіки на розвиток інноваційної політики, можна віднести такі:

- порушення під час трансформаційного періоду інноваційного потенціалу суспільства, що виразилося у суттєвому зменшенні доходів та, відповідно, потоків капіталів суб'єктів господарювання і занепаді на цій основі крупних наукових та науково-промислових комплексів, які не відновили свій потенціал і дотепер;

- відсутність дієвого механізму адаптації національних інноваційних пріоритетів до стратегії інноваційного розвитку ЄС;

- відсутність розвинутого ринку прогнозів технологічного розвитку, формування спектру пріоритетів у традиційних галузях економіки;

- відсутність належного фінансування фундаментальних наукових досліджень з боку держави;

- недосконалість податкової системи, високі ціни кредитних ресурсів, нерозвиненість фондового ринку;

- низький рівень реальних доходів населення, що звужує базу кредитних ресурсів та внутрішні ринки через низький рівень споживання;

- недостатня увага соціально спрямованим інноваційним проектам;

- нерозуміння природи інновацій як системного процесу, який реалізується та управляється такими інструментами, як вільні економічні зони, території пріоритетного розвитку, технопарки, венчурні компанії, інвестиційні центри та інкубатори.

Сукупність стримуючих екзогенних факторів (дефіцит ресурсів, відсутність бажання змін, фінансова та кредитна політика тощо) та ендогенних, котрими є сама інновація, породжує ефект самогальмування, який виражається у повільності розвитку нового технологічного устрою, недостатності забезпечення ресурсами, недостатньому фінансуванні тощо.

Враховуючі проблеми інвестиційного розвитку України та досвід передових економічно розви-

нених країн-членів ЄС, можна дійти висновку, що для стимулювання інноваційних процесів в Україні необхідно діяти у таких напрямках:

- 1) Активізувати ефективну співпрацю з головними країнами-продуцентами і споживачами високих технологій у сфері інноваційної діяльності, і насамперед з країнами Євросоюзу.

- 2) Втілити передовий досвід фінансування науково-дослідних робіт і інновацій:

- венчурне фінансування та кредитування, що забезпечувало б можливість входження банків у власний капітал підприємств;

- розробити пакети для інноваційного бізнесу, які передбачають дешеві кредити, субсидії, гранти, кредити з відтермінуванням сплати відсотків, можливість поєднання позики з процентними ставками, які позначаються на плановому фінансовому результаті нововведення;

- збільшити державне фінансування нововведень, а також науково-дослідних робіт у вищих навчальних закладах.

- 3) Впровадити економічне стимулювання інноваційної діяльності, захист прав інтелектуальної власності, фінансову допомогу перспективним науковим розробкам та створення державних і недержавних інноваційних фондів, що акумулюватимуть засоби науки.

- 4) Стимулювати інвестиції у наукомісткі технології шляхом удосконалення законодавчої бази, податкової політики, впровадження пільгового лізингу і кредитування придбання техніки для організації науково-дослідних робіт.

Враховуючи важливість проблеми інноваційного розвитку країни, необхідно якомога швидше вирішувати питання координації й адаптації інноваційної політики ЄС до загальної національної інноваційної стратегії і державної інноваційної політики.

Висновки з проведеного дослідження. Показано, що пріоритетне завдання для України полягає у розвитку інноваційної діяльності, розбудові українського дослідницького простору на підставі Національного плану дій, який передбачав би відкрити науку, відкриті інновації та підтримку ЄС з імплементації дорожньої карти ЄДП до національних пріоритетів.

Встановлено, що технологічні лідери країн-членів ЄС будують свою наукову та інноваційну політику за активної взаємодії влади, наукових закладів, громадського суспільства і бізнесу, створюючи єдину інноваційну систему, що привело до розбудови європейського дослідницького простору, який ґрунтується на відкритості до світу і парадигмах відкритої науки та інновацій.

Досліджено, що сучасний стан інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні потребує свого суттєвого поліпшення. Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку починаючи з 2013 року постійно скорочується (з 51 705,3 млн. дол. США у 2013 р. до 39 144,0 млн. дол. США у 2017 р.). Знижується інноваційна активність промислових підприємств. Загальна сума витрат на інноваційну діяльність з 2011 по 2016 рік скоротилася майже у 2 рази (з 1803,01 мдн. дол. США до 909,18 млн. дол.). При цьому фінансування здійснювалося переважно за власні кошти підприємств. З 2011 по 2016 рік питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової зменшилася у 2,7 рази (з 3,8 до 1,4%). Відбулося скорочення загальної кількості працівників і наукових кадрів, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок. Загальна кількість працівників з 2011 по 2016 рік знизилася на 84 572 осіб, докторів наук – у 1,7 рази, а кандидатів наук – у 2,3 рази.

Показано, що для вирішення завдань соціально спрямованої інноваційно-інвестиційної політики, яка в кінцевому результаті передбачає зростання економіки країни, необхідно, використовуючи досвід країн-членів ЄС, створити умови та розробити програму залучення інвестицій і впровадження інновацій на державному і регіональному рівнях, яка би передбачала пільгове кредитування й оподаткування інноваційних розробок з відпо-

відним європейським нормам їх фінансуванням із коштів Держбюджету.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Регіональна економічна політика Європейського Союзу: досвід для України: монографія / М.С. Гамов, А.О. Єгоров, Г.Л. Кладова та ін. Запоріжжя: ЗНТУ, 2010. – 192 с.
2. Розвиток новітніх форм міжнародної економічної інтеграції на початку XXI століття: монографія / О.І. Шнирков, А.С. Філіпенко, Р.О. Заболоцька та ін.: за ред. О.І. Шниркова. К.: ВПЦ «Київський університет», 2016. 415 с.
3. Інвестиції та інновації в соціалізації економіки України: теорія, методологія, перспективи: монографія / Л.М. Тимошенко, Н.М. Деєва, В.О. Гришкін та ін. Дніпропетровськ: Пороги, 2005. 509 с.
4. Полякова Ю.В. Порівняльна характеристика інноваційної діяльності ЄС та України / Ю.В. Полякова // Інноваційна економіка. 2014. № 6. – С. 37–42.
5. Землянкін А.І. Нова інноваційна політика Європейського Союзу: досвід для України / А.І. Землянкін, І.Ю. Підоричева // Регіональна економіка. 2013. № 2. С. 193–201.
6. Матюшенко І.Ю., Михайлова Д.О. Основні напрямки реалізації спільної політики ЄС в галузі досліджень і технологій при реалізації стратегії «Європа 2020». [Електронний ресурс] / І.Ю. Матюшенко, Д.О. Михайлова // Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 102–107. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/2-2014/21.pdf>.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстандарту України», 2013. 221 с.
8. Шнирков О.І. Європейський Союз у глобальному інноваційному просторі: монографія / О.І. Шнирков. К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. 145 с.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України: економічна статистика URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

НОВІ ПРІОРИТЕТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ США NEW PRIORITIES OF US INNOVATIVE POLICY

Стаття присвячена пріоритетним факторам макроекономічного зростання США та утримання ними безперечного глобального конкурентного лідерства в інноваціях. Узагальнення досвіду реалізації Сполученими Штатами Америки національної інноваційної політики дає змогу дійти висновку про безпосереднє формування у загальному інституційному форматі трансформаційного лідерства США у глобальному науково-технічному й інноваційному прогресі. Досвід США у реалізації національної інноваційної політики підтверджує надважливу роль інституту державно-приватного партнерства у формуванні сприятливого правового й інституційного базису функціонування інноваційної економіки, у тому числі способом забезпечення державою широкого й безперешкодного доступу бізнес-структурам, комерційним і некомерційним організаціям до результатів фундаментальних досліджень; підвищення якості науково-дослідної інфраструктури та фінансування пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки. Це свідчить про важливу роль уряду держави у підтримці структурних трансформацій американської економіки і забезпеченні економічного зростання на інноваційній основі, з огляду на високу схильність інноваційних процесів до негативного впливу цілої низки ринкових і кон'юнктурних чинників.

Ключові слова: інновації, національна інноваційна політика, інноваційна економіка, податкові пільги, дослідження і розробки, державні асигнування.

Стаття посвящена пріоритетним факторам макроекономічного зростання США і удержання ними безспорного глобального конкурентного лідерства в інноваціях. Опыт США в реализации национальной инновационной политики подтверждает важнейшую роль института государственно-частного партнерства в формировании благоприятного правового и институционального базиса функционирования инновационной экономики, в том числе способом обеспечения государством широкого и беспрепятственного доступа бизнес-структурам, коммерческим и

некоммерческим организациям к результатам фундаментальных исследований; повышения качественных кондиций научно-исследовательской инфраструктуры и финансирования приоритетных направлений развития науки и техники. Это свидетельствует о важной роли правительства государства в поддержке структурных преобразований американской экономики и обеспечении экономического роста на инновационной основе, учитывая высокую склонность инновационных процессов к негативному влиянию целого ряда рыночных и конъюнктурных факторов.

Ключевые слова: инновации, национальная инновационная политика, инновационная экономика, налоговые льготы, исследования и разработки, государственные ассигнования.

The article is devoted to the priority factors of the macroeconomic growth of the USA and the maintenance of their undeniable global competitive innovation in innovation. The generalization of the experience of the United States in implementing the national innovation policy makes it possible to conclude that the United States' overall transformational leadership in the global scientific, technological and innovation progress is directly shaped. The US experience in implementing national innovation policy confirms the crucial role of the public-private partnership institution in shaping the favorable legal and institutional basis for the functioning of the innovative economy, including the way in which the state provides broad and unhindered access to the results of fundamental research by business entities, commercial and non-profit organizations; improving the quality of research infrastructure and financing the priority areas of science and technology development. This indicates the important role of the government in supporting the structural transformation of the American economy and ensuring economic growth on an innovative basis, given the high propensity of innovation processes to negatively affect a range of market and market factors.

Key words: innovations, national innovation policy, innovation economy, tax privileges, research and development, government allocations.

УДК 339.92

Шлапак А.В.

к.е.н., доцент кафедри міжнародного обліку і аудиту
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Постановка проблеми. Сформоване лідерство Сполучених Штатів Америки базується на провідній ролі уряду у національному науково-технічному й інноваційному розвитку, забезпеченні національної технологічної безпеки і міжнародних конкурентних переваг держави. Досвід США у реалізації національної інноваційної політики підтверджує надважливу роль інституту державно-приватного партнерства у формуванні сприятливого правового й інституційного базису функціонування інноваційної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато робіт вітчизняних та зарубіжних дослідників присвячено аналізу інноваційного розвитку (С. Брахман, Р. Пітс, Х. Хопкінс, К. Буз, Л. Ален,

В. Гамільтон, Д. Лук'яненко, А. Поручник, Я. Столярчук та ін.).

Постановка завдання. Метою статті є аналіз державної політики Сполучених Штатів Америки у сфері інновацій та підтримці структурних трансформацій економіки і забезпеченні економічного зростання на інноваційній основі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фундаменталізм розбудови постіндустріальної моделі глобального економічного розвитку, яка в останні десятиліття «пронизує» усі підсистеми і структурні компоненти світової економічної системи, висуває у число пріоритетних факторів макроекономічного зростання США та утримання ними безперечного глобального конкурентного

лідерства інноваційні чинники. Це знаходить своє концентроване вираження у перманентних змінах матеріально-технічної основи їх національної виробничої системи, її інтелектуалізації на якісно нових базових засадах, неухильному нарощуванні виробництва продукції з високою доданою вартістю, зростанні частки наукомістких галузей у структурі ВВП, сукупній доданій вартості і зайнятості робочої сили, поглибленні участі держави у міжнародному науково-технічному й інноваційному співробітництві, а також значній диверсифікації механізмів й інструментарію генерування, комерціалізації і промислового освоєння здобутків науково-технічного прогресу.

Є всі підстави стверджувати, що ключові показники стану і трендів розвитку національної науки, масштабів інноваційної активності бізнес-агентів, сфери підготовки кадрового корпусу є одночасно і визначальними індикаторами економічної безпеки Сполучених Штатів Америки, відбиваючи їх лідерські позиції у найбільш наукомістких секторах економіки, що становлять ядро їх конкурентної потужності. Про усталеність і довгостроковість тенденції неухильного підвищення інноваційної місткості національного народногосподарського комплексу США та зростання ролі ДіР у реалізації їх національної стратегії глобального конкурентного лідерства свідчить, зокрема, той факт, що загальний обсяг доданої вартості, згенерований знаннєво- та технологічно місткими індустріями (Knowledge-and technology-intensive industries), становить у цій державі 39% [1], що значно перевищує як середньосвітовий індикатор (від 27 до 30% валового внутрішнього продукту), так і медіанний рівень за групою держав-лідерів.

У системній розбудові у Сполучених Штатах Америки постіндустріальної і знаннєвої економіки визначальне місце посідає наука (насамперед фундаментальна) не тільки як матеріальна основа інтелектуалізації, сайєнтифікації і діджиталізації національної економічної системи, але й як початкова стадія відтворювальних процесів на усіх їх рівнях і стадіях. Справляючи потужний вплив на трансформацію усіх елементів економічної системи, виробничих і соціальних відносин, інноваційні технології та піонерні досягнення у сфері науки і техніки на усіх етапах еволюційного розвитку національної економіки США завжди детермінували масштаби і динаміку глибинних якісних трансформацій матеріально-технічної бази національного виробництва, форм і методів організації виробництва й управління, а отже – досягнення державою нової якості економічного зростання.

Узагальнення досвіду реалізації Сполученими Штатами Америки національної інноваційної політики дає змогу дійти висновку про те, що її логіка завжди відбивала не тільки найпередовіші тренди світового науково-технічного й інноваційного про-

гресу, але й їх безпосереднє формування у загальному інституційному форматі трансформаційного лідерства США у глобальному науково-технічному й інноваційному прогресі.

Провідну роль у цьому процесі завжди відігравало великомасштабне фінансування досліджень і розробок з його диверсифікованими джерелами й інструментами фінансування, які у сукупності забезпечують потужну матеріальну основу генерування інноваційних ідей, їх оперативне втілення в інноваційно місткі товари і послуги, а також високу економічну віддачу від наукових досліджень і значний економічний ефект ДіР за наявного науково-технічного потенціалу держави. Вже у період 1950–1960-х років відносні витрати фінансування ДіР у США зросли з 1,5 до майже 3% валового внутрішнього продукту зі стабілізацією частки державного фінансування на рівні 2% ВВП[2].

Як впливає з даних, за найбільш репрезентативними у світовій практиці індикаторами науково-технічного розвитку країн (загальна кількість дослідників і технічних працівників, абсолютні і відносні витрати на ДіР, кількість статей у наукових і технічних журналах, вартісний обсяг високотехнологічного експорту та його частка у загальному експорті промислової продукції) Сполучені Штати Америки належать нині до авторитетного «клубу» найрозвинутіших у науково-технічному плані держав – глобальних лідерів світового інноваційного поступу.

Саме США у числі перших з усією очевидністю усвідомили той факт, що за рахунок лише державного фінансування неможливо забезпечити повноформатний і системний інноваційний розвиток економіки, для цього необхідно формувати також масштабний попит на ДіР у приватному секторі, здатному найбільш оперативно трансформувати результати досліджень і розробок у практичні результати щодо підвищення продуктивності суспільної праці, впровадження нових технологій виробництва, генерування якісно нових видів товарів і послуг.

З колосальної суми, як щорічно витрачається на фінансування ДіР, близько 16% (84,4 млрд дол. США у 2017 р.) припадає на фундаментальні дослідження і розробки, 20% (105,5 млрд) – на прикладні і 64% (337,6 млрд) – на дослідницько-конструкторські роботи. При цьому близько 366,8 млрд дол. США, або 69,5% сукупних асигнувань на фундаментальні дослідження у 2017 р. були використані приватними структурами промислового сектору; 43,2 млрд (8,2%) – державними науково-дослідними інституціями; 22,8 млрд (4,3%) – неприбутковими організаціями. Що ж стосується академічного (університетського) сектору американської науки, то вартісний обсяг фінансування його фундаментальним досліджень досягнув у 2017 р. 75,2 млрд дол. США, або 14,3% сукупних витрат на ДіР [3].

Левову частку цих капіталовкладень становлять нині державні асигнування, що виділялись через розгалужену мережу різноманітних федеральних інституцій на проведення досліджень і розробок – Національну наукову фундацію, міністерства оборони, охорони здоров'я і соціальних послуг, енергетики, сільського господарства. При цьому слід відзначити вкрай нерівномірну інституційну структуру державних витрат на ДіР, особливо у частині співвідношення цивільних і оборонних досліджень.

Окрім великомасштабного фінансування досліджень і розробок, нарощування науково-технічного ресурсу США, зміцнення їх світового інноваційного лідерства та наростаючий технологічний відрив від решти країн світу відбуваються також за каналами забезпеченості ДіР людськими ресурсами. Досить сказати, що нині загальна кількість науковців у цій державі перевищує 1,3 млн осіб, а їх кількість у розрахунку на 1 млн населення – одна з найбільших у світі і становить 4,2 тис. осіб (хоча і поступається Люксембургу – 5,1 тис., Норвегії і Ісландії – по 5,9 тис., Фінляндії – 6,8 тис., Швеції – 7 тис. та Ізраїлю – 8,3 тис.). Загалом же з 1950 р. кількість робочих місць, пов'язаних із наукою і технікою, щорічно зростала у середньому на 5,9% порівняно з 1,2%-м щорічним приростом загальної кількості робочих місць в економіці.

Згідно з прогнозами, у період 2008–2018 рр. зайнятість у сфері науки і техніки щорічно зростатиме щонайменше удвічі швидше порівняно із загальною зайнятістю в економіці (головно за рахунок математики і комп'ютерних видів діяльності), досягнувши на кінець періоду 2,3 млн нових робочих місць [4]. Значна частина отриманих у США результатів ДіР, здобуваючи високу ринкову оцінку, стає потужною рушійною силою розвитку наукомісткого сектору національної економіки із розгалуженими секторами промисловості і сфери послуг. Це набуває свого матеріального вираження не тільки у домінуванні Сполучених Штатів Америки на глобальних ринках високотехнологічної продукції (складної електроніки, авіаційних і космічних літальних апаратів, програмного забезпечення, навігаційного обладнання, фармацевтичних товарів, медичних і біотехнологій, наукового обладнання і приладів, авіа- і космічних технологій, автоматизації і робототехніки тощо), але й монополізації їх ключових сегментів. Крім того, американські розробники задають нині глобальні тренди розвитку якісно нових напрямів інноваційного прогресу, які у наступні п'ять-десять років закладуть технологічний базис принципово нових напрямів розвитку науки і техніки (безпілотні повітряні системи, архітектурний інтелект, хмарне обчислення, автономні транспортні системи, біофармацевтичні препарати тощо).

Так, упродовж багатьох десятиліть США утримують глобальні лідерські позиції і за такими показниками, як щорічний вартісний обсяг експорту високотехнологічної продукції і його частка у загальному експорті промислової продукції. У 2016 р. вони становили відповідно 153,5 млрд дол. США і 20%, що значно вище порівняно з іншими розвинутими державами-лідерами глобального інноваційного прогресу, за винятком Німеччини (185,6 млрд і 16,7%) та Китаю (554,3 млрд, 25,8%). Традиційно високими залишаються показники публікаційної активності американських дослідників: у 2013 р. загальна кількість опублікованих ними статей у наукових і технічних журналах становила 412,5 тис, або 18,9% загального світового показника.

Водночас порівняння лише кількісних показників щодо фінансування ДіР, забезпеченості науковими кадрами і високотехнологічного експорту не дає повного уявлення про диспозицію Сполучених Штатів Америки на інноваційній карті світу, як і не дозволяє адекватно відобразити їх науково-технічний й інноваційний ресурс, а також соціально-економічний ефект національних досліджень і розробок. Тож важливими в оцінці сучасного глобального конкурентного статусу США є показники комерціалізації результатів досліджень і розробок, насамперед співвідношення надходжень і платежів у зовнішній торгівлі ліцензіями і технологічними послугами.

Водночас нарощування глобального інноваційного лідерства США активно реалізується нині і за каналами імпорту результатів досліджень і розробок. Зокрема, у 2016 р. вартісний обсяг здійснених Сполученими Штатами Америки платежів за імпорт об'єктів інтелектуальної власності становив 42,7 млрд дол. США, або 12,1% відповідного світового показника (табл. 4.2). Для порівняння: для Китаю цей індикатор становив майже 24 млрд дол., Франції – 13,3 млрд, Німеччини – 10,5 млрд, Італії – 4,6 млрд, Респ. Корея – 9,3 млрд, Канади – 9,7 млрд відповідно. Загалом же у період 1981–2015 рр. щорічні обсяги платежів американських економічних агентів за імпорт закордонних результатів досліджень і розробок зросли з 16,5 до 88,9 млрд дол. США, що відбиває значну активізацію використання Сполученими Штатами Америки продуктів ДіР багатьох країн світу.

Ця обставина набуває критично важливого значення у реалізації державою сучасної інноваційної стратегії, оскільки імпорт наукових знань охоплює головним чином результати фундаментальних досліджень, котрі є менш вигідними для американського корпоративного сектору з погляду рентабельності і терміну віддачі. Отже, їх масштабний імпорт дає змогу корпораціям США економити колосальні фінансові ресурси на власних фундаментальних розробках, спрямовуючи інно-

ваційні капіталовкладення у сектор прикладних ДіР, здатних давати швидку окупність та економічний ефект.

Більше того, як показують дані, навіть серед найрозвинутіших держав групи ОЕСР Сполучені Штати Америки демонструють найбільше позитивне сальдо технологічного платіжного балансу. Його щорічні обсяги у період 1981–2015 рр. зросли з 6,6 до 41,9 млрд дол. США, тоді як у Японії вони становили на кінець періоду 27,6 млрд, Великобританії – 20,3 млрд, Німеччині – 18,1 млрд). Це свідчить про потужний конкурентоспроможний вплив Сполучених Штатів Америки на своїх найближчих конкурентів способом масштабного експорту наукових знань у європейські й азійські держави та формування глобальних трендів у розвитку науки і техніки.

Досвід США у реалізації національної інноваційної політики підтверджує надважливу роль інституту державно-приватного партнерства у формуванні сприятливого правового й інституційного базису функціонування інноваційної економіки, у тому числі способом забезпечення державою широкого і безперешкодного доступу бізнес-структурам, комерційним і некомерційним організаціям до результатів фундаментальних досліджень; підвищення якісних кондицій науково-дослідної інфраструктури та фінансування пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки. У цьому контексті необхідно особливо відзначити, що потужного імпульсу для формування у державі сприятливого норма-

тивно-правового й інституційного середовища розбудови інноваційної економіки надало ухвалення у 1980 р. законів Бея-Доула і Стівенсона-Уайдлера. Вони були спрямовані на всебічне стимулювання комерціалізації фінансованих урядом або реалізованих державними науково-дослідними організаціями досліджень і розробок шляхом управління правами власності на інтелектуальні продукти, визначення прав власності на винаходи, згенеровані спільними науковими дослідженнями промислового сектору й урядових лабораторій, а також розбудови тісних коопераційних зв'язків між державними науково-дослідними лабораторіями і центрами, з одного боку, та промисловими компаніями і бізнес-структурами – з іншого.

Розбудова інституційного забезпечення інноваційних процесів економічних агентів у США включає нині доволі розгалужений інструментарій державного стимулювання досліджень і розробок підприємницького сектору (Business Expenditure on Research & Development – BERD). Воно реалізується нині двома механізмами: наданням компаніям прямого державного фінансування на проведення ДіР через бюджетні трансферти, гранти чи субсидії; а також непрямою державною підтримкою досліджень і розробок способом податкового стимулювання у формі податкових знижок, податкових кредитів та податкових виключень.

Як показують дані рис. 1, Сполучені Штати Америки посідають сьогодні 8 місце у групі країн ОЕСР і найбільших економік світу за вартісним обсягом

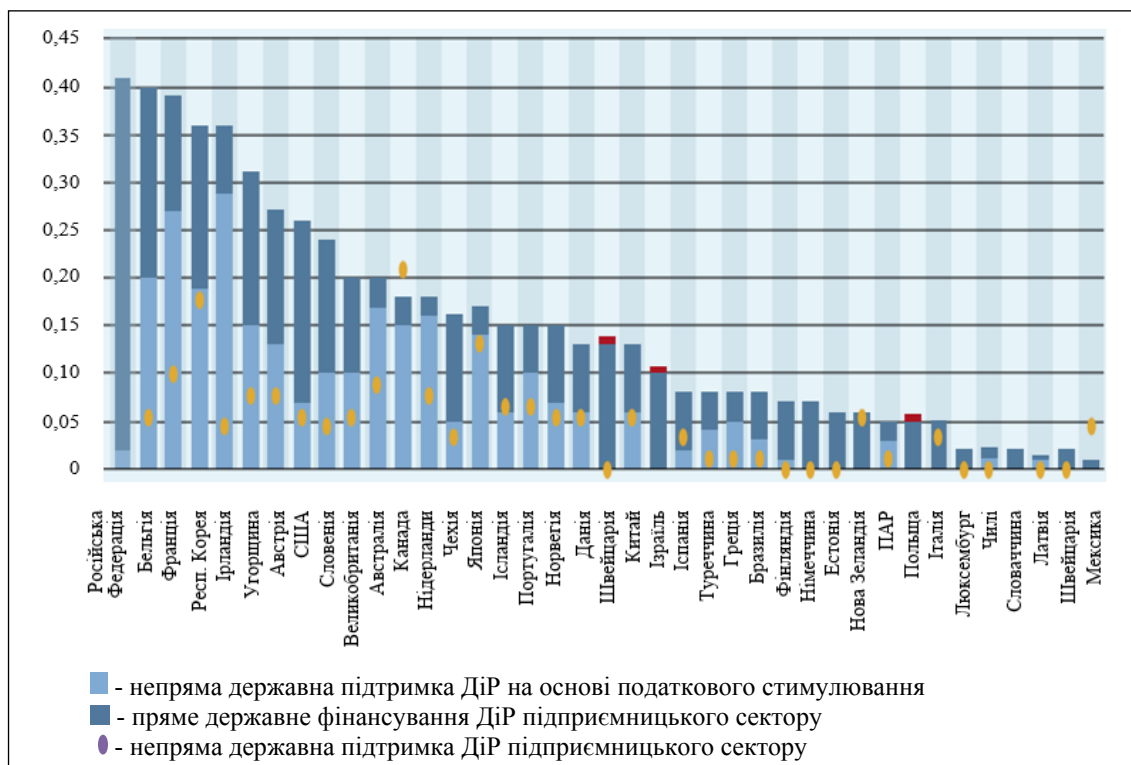


Рис. 1. Співвідношення прямого і непрямого державного стимулювання ДіР за окремими країнами у 2014 р., % ВВП [6]

державної підтримки ДіР бізнес-структур, яка еквівалентна нині 0,25% ВВП. При цьому податкові пільги інноваційному бізнесу досягають 28% загального обсягу державної підтримки його досліджень і розробок. У період 2006–2014 рр. податкова підтримка ДіР підприємницького сектору як частка валового внутрішнього продукту зросла у США тільки на 0,02% [6], що свідчить про загалом незмінну відносну динаміку цього показника у короткостроковій перспективі. У Сполучених Штатах Америки у період 2000–2013 рр. значно зросли вартісні обсяги податкової підтримки державою досліджень і розробок бізнес-сектору – з 8,7 до 10,7 млрд дол. США. У відносному вираженні (як частка ВВП) це зростання становило 0,07% на тлі зростання за вказаний період прямого державного фінансування BERD з 0,17% до 0,18% валового внутрішнього продукту.

Це свідчить про важливу роль уряду держави у підтримці структурних трансформацій американської економіки і забезпеченні економічного зростання на інноваційній основі, з огляду на високу схильність інноваційних процесів до негативного впливу цілої низки ринкових і кон'юнктурних чинників.

Висновки з проведеного дослідження.

Визначальне місце у сучасному розвитку економіки США посідає наука не тільки як матеріальна основа інтелектуалізації, сайєнтифікації і діджиталізації національної економічної системи, але й як початкова стадія відтворювальних процесів на усіх їх рівнях і стадіях. Справляючи потужний вплив на трансформацію усіх елементів економічної системи, виробничих і соціальних відносин, інноваційні технології та піонерні досягнення у сфері

науки і техніки на усіх етапах еволюційного розвитку національної економіки США завжди детерминували масштаби і динаміку глибоких якісних трансформацій матеріально-технічної бази національного виробництва, форм і методів організації виробництва й управління, а отже – досягнення державою нової якості економічного зростання. Провідну роль у цьому процесі завжди відіграло великомасштабне фінансування досліджень і розробок з його диверсифікованими джерелами й інструментами фінансування, які у сукупності забезпечують потужну матеріальну основу генерування інноваційних ідей, їх оперативне втілення в інноваційно місткі товари і послуги, а також високу економічну віддачу від наукових досліджень і значний економічний ефект ДіР за наявного науково-технічного потенціалу держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Science and Engineering Indicators 2016, с. 6–19
2. Супян В. Б. Научно-технический потенциал – ключевой фактор развития экономики США в XXI веке / В. Б. Супян // Россия и Америка в XXI веке. 2016. № 2. URL: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=506>
3. Підраховано автором за даними: 2017 Global R&D Funding Forecast. A Supplement to R&D Magazine, Winter 2017. – P. 7
4. Экономика США: ресурсы, структура и динамика / под ред. проф. В.Б. Супяна. М. : Магистр: ИНФРА – М, 2014. С. 93.
5. R&D Tax Incentives: United States, OECD, March 2017. URL: <http://www.oecd.org/sti/RDTax%20Country%20Profiles%20-%20USA.pdf>
6. Measuring Science, Technology and Innovation. – OECD, 2016. – P. 26.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОММЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АВТОТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИMETHODICAL APPROACHES TO DETERMINING THE EFFECTIVENESS
OF THE NATIONAL MOTOR TRANSPORT SYSTEM OF UKRAINE

Метою нашого дослідження є обґрунтування методичних підходів до визначення ефективності національної автотранспортної системи України. Нами встановлено, що для системної комплексної оцінки національної автотранспортної системи слід всі показники групувати за трьома складовими: економічною, соціальною та екологічною. Проведені дослідження доводять, що одним з найбільш важливих аспектів оцінки ефективності національної автотранспортної системи є пошук вимірювачів розвитку цього сегменту економіки, які повинні в повній мірі відповідати цілям і завданням системи управління розвитком автотранспортної галузі в системі державного управління України. Використання запропонованої системи показників дозволить аналізувати інформацію про рівень розвитку національної автотранспортної системи та її вплив на соціально-економічний розвиток держави і відповідно даватимуть інформацію для прийняття виважених рішень.

Ключові слова: ефективність, національна автотранспортна система, соціально-економічний розвиток, управління автотранспортною галуззю, групи показників.

Целью нашего исследования является обоснование методических подходов к определению эффективности национальной автотранспортной системы Украины. Нами установлено, что для системной комплексной оценки национальной автотранспортной системы следует все показатели группировать по трем составляющим: экономической, социальной и экологической. Проведенные исследования доказывают, что одним из наиболее важных аспектов оценки эффективности национальной автотранспортной системы является поиск измерителей развития этого сегмента экономики, которые должны в полной

мере соответствовать целям и задачам системы управления развитием автотранспортной отрасли в системе государственного управления Украины. Использование предлагаемой системы показателей позволит анализировать информацию об уровне развития национальной автотранспортной системы и ее влияние на социально-экономическое развитие государства и соответственно давать информацию для принятия правильных решений.

Ключевые слова: эффективность, национальная автотранспортная система, социально-экономическое развитие, управление автотранспортной отраслью, группы показателей.

The purpose of our research is to substantiate the methodological approaches to determining the effectiveness of the national motor transport system of Ukraine. The peculiarity of the road haulage market is the absence of a public sector in the economy. Only private carriers are operating. Thus, the main function of the Ministry of Infrastructure of Ukraine is to form and ensure the implementation of state policy in this area, the definition of "rules of the game", ensuring the sustainable functioning of passenger and freight road transport. We have found that for systematic comprehensive assessment of the national transport system, all indicators should be grouped according to three components: economic, social and ecological. Using the proposed system of indicators will allow analyzing information on the level of development of the national motor vehicle system and its impact on the socio-economic development of the state and, accordingly, will provide information for making informed decisions.

Key words: efficiency, national motor transport system, social and economic development, management of motor transport industry, groups of indicators.

УДК 338.47

Буркун В.В.

аспірант

Миколаївський національний
університет імені В.О. Сухомлинського

Постановка проблеми. Ефективність автотранспортної системи є особливо актуальним питанням для економіки України, адже в умовах євроінтеграційних прагнень держави цей компонент національної економіки набуває особливого значення. Адже Україна володіє найбільшим показником транзитності в Європі, оскільки її територією проходить чотири Критських міжнародних транспортних коридори (Пан-європейський № 3, Пан-європейський № 5, Пан-європейський № 7 Дунайський (водний), Пан-європейський № 9), а також коридор Гданськ-Одеса (Балтійське

море – Чорне море), коридор Європа-Кавказ-Азія (TRACECA). Транзитний потенціал автотранспортної системи України є однією з складових, здатних забезпечити вагоме місце країни в системі міжнародних зв'язків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасних наукових дослідженнях автотранспортній системі приділяється недостатньо уваги, переважна кількість досліджень транспортної сфери стосується залізничного, морського та авіаційного транспорту. Проблемами дослідження функціонування автотранспортної системи займаються такі

вітчизняні вчені як: Вовк О., Захарова О., Зеркалов Д., Емельянова О., Корнійко Я., Прейгер Д., Савчук О., Стройко Т., Собкевич О. та інші. Тому виникає потреба в аналізі методичних підходів до визначення ефективності національної автотранспортної системи України.

Метою статті є обґрунтування методичних підходів до визначення ефективності національної автотранспортної системи України.

Виклад основного матеріалу. Транспортна система країни представляє собою сукупність усіх видів магістрального транспорту, що зайнята обслуговуванням національного господарства. До її складу належать залізничний, морський, річковий, автомобільний, повітряний, трубопровідний види транспорту [1, с. 502]. Кожен з них відіграє значну роль в національній економіці, а також доповнює інші види транспорту. Системний та комплексний розвиток усіх видів транспорту і відповідної єдиної транспортної системи створює можливість раціонального використання всіх видів ресурсів в різних галузях національної економіки.

Автомобільний транспорт за рахунок високої мобільності, великої різноманітності транспортних засобів за вантажопідйомністю, грузоемкістю, призначенням, конструктивним і економічними характеристиками має велике значення для перевезення на короткі відстані. Від якості роботи автомобільного транспорту залежить життєдіяльність міст та селищ. В Україні функціонує близько 170 тис. км автомобільних доріг, що створює необхідні передумови для ефективного використання Україною її транзитного потенціалу. Згідно офіційної статистики частка відправлень (перевезень) пасажирів автомобільним транспортом (автобуси) у порівнянні з іншими становить близько 50 %, для вантажів – біля 68% [2].

Сучасна світова економіка розвивається колосальними темпами, економічні відносини стають більш комплексними багатозаровими і багатоступінчастими. У забезпеченні сталого розвитку цих відносин важливу роль відіграє автомобільний транспорт. Серед основних завдань стосовно приведення нормативних актів, які регулюють міжнародні автомобільні перевезення пасажирів та вантажів є розробка нових редакцій наказу Міністерства транспорту України від 20.08.2004 № 757 «Про впровадження системи оформлення, видачі, використання та обліку дозволів на міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом», зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 31.08.2004 за № 1075/9674, та від 09.02.2004 № 75 «Про затвердження Порядку організації регулярних, нерегулярних і маятникових перевезень пасажирів автомобільним транспортом у міжнародному сполученні», зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 22.06.2004 за № 759/9358. Цими наказами визначаються:

- порядок видачі дозволів на вантажні перевезення та нерегулярні перевезення пасажирів;
- порядок проведення конкурсу на розподіл дозволів Європейської Конференції Міністрів Транспорту (ЄКМТ);
- порядок відкриття маршрутів регулярних пасажирських перевезень.

У 2018 році зміни стосуватимуться питань автоматизації процесів видачі дозволів на вантажні перевезення та нерегулярні перевезення пасажирів, а також проведення конкурсу з розподілу дозволів ЄКМТ та удосконалення основних засад організації міжнародних перевезень пасажирів.

Розподіл дозволів ЄКМТ на 2018 рік був максимально прозорим та таким, що унеможливив будь-які прояви корупційних ознак в організації даного процесу. Кожен крок розподілу проводився з висвітленням на сайті міністерства переліку всіх заявників та процесів розподілу [3].

Згідно із офіційною статистикою Держстату за 2017 рік частка перевезень пасажирів автомобільним транспортом становить понад 43%, міський електричний транспорт близько 53%. У порівнянні з аналогічним періодом 2016 року обсяги перевезень пасажирів автотранспортом зменшились на 0,3%, а в міському електричному транспорті є тенденція збільшення пасажироперевезень на 0,7%. Особливістю ринку автомобільних перевезень є відсутність на ньому державного сектору економіки. Діють лише приватні автоперевізники. Таким чином, головною функцією Міністерства є формування та забезпечення реалізації державної політики у даній сфері, визначення «правил гри», забезпечення сталого функціонування пасажирських та вантажних автомобільних перевезень [3].

Незважаючи на те, що в автотранспортній сфері більшість суб'єктів є приватними компаніями питання обґрунтування підходів до оцінки ефективності їх роботи, а особливо комплексного та всебічного аналізу автотранспортної діяльності залишаються особливо важливими.

Сучасний світовий транспорт керується двома принципами: забезпечити повний цикл переміщення за схемою «від дверей до дверей» (from door to door) та «точно в строк» (just in time). Тобто, вантажі повинні бути перевезені від дверей складу виробника або власника вантажу до дверей складу споживача або вантажоодержувача. При цьому ні власник вантажу, ні вантажоодержувач можуть не брати участь в організації процесу перевезення. Вони тільки оплачують всі витрати [4]. Ми поставили за мету проаналізувати існуючі підходи до оцінки ефективності автотранспортних систем та по можливості, обґрунтувати авторську систему показників.

На сьогодні ефективності автотранспортної системи залежить насамперед від її стійкості та ринкових аспектів розвитку взаємовідносин перевізника і споживача транспортних послуг. В свою

чергу дослідник О.М. Вовк пропонує ефективність транспортного забезпечення класифікувати за такими ознаками:

1. За наслідками – економічна, соціальна та екологічна.
2. За місцем отримання ефекту – локальна, національна, міжнародна.

3. За ступенем збільшення – первинна і мультиплікаційна.

4. За метою визначення – абсолютна і порівняльна.

При цьому методологія оцінювання ефективності ґрунтується на трьох загальноприйнятих підходах:

Таблиця 1

Показники розвитку національної автотранспортної системи

Показник	Характеристика
Економічна складова	
Вантажооборот в цілому по державі*	Розраховується в млрд. ткм
Частка автотранспорту в загальній структурі вантажообороту*	Розраховується у %
Пасажирооборот, що здійснюється автомобільним транспортом*	Розраховується в млрд. пас. км
Коефіцієнт Енгеля	$K_e = \frac{L}{\sqrt{SH}}$
Коефіцієнт Успенського	$K_y = \frac{L}{\sqrt[3]{SHQ}}$
Щільність транспортної мережі в розрахунку на 1000 господарюючих суб'єктів в розрізі регіонів	Співвідношення приведеної довжини транспортних ліній (x1000) до загальної кількості підприємств по країні та в розрізі регіонів
Показник рівня транспортного обслуговування структурних галузей національної економіки	Співвідношення сумарного вантажообороту т-км до обсягу відвантажених товарів власного виробництва в розрізі галузей економіки
Розвиток міжрегіонального співробітництва	Співвідношення сумарного обсягу ввезеної та вивезеної продукції регіону (держави) до чисельності населення регіону (держави)
Капітальні інвестиції у розвиток національної автотранспортної системи України*	Розраховується в млн. грн
Фінансові результати (чистий прибуток) підприємств автотранспортної галузі*	Розраховується в млн. грн
Показники рентабельності підприємств національної транспортної системи*	Розраховується у %
Соціальна складова	
Обсяги перевезення пасажирів автомобільним транспортом за типам сполучення*	Розраховується в млн. пас. км
Кількість ДТП, в тому числі зі смертельним наслідком*	Розраховується кількість випадків на 1000 жителів
Кількість поїздок у розрахунку на одну особу наявного населення у середньому за рік за допомогою автомобільного транспорту*	
Індекси споживчих цін (тарифів) на пасажирські перевезення автомобільним транспортом*	
Транспортна мобільність населення	Співвідношення сумарного пасажиरोобігу в пас. км до кількості населення
Транспортна дискримінація населення	Співвідношення чисельності жителів населених пунктів, транспортна доступність яких до центрів послуг соціально-гарантованого мінімуму перевищує норму на 10%
Екологічна складова	
Частка автотранспортних засобів, що використовують традиційні види пального	
Обсяг викидів парникових газів в атмосферне повітря від автомобільного транспорту	
Сумарний обсяг викидів в атмосферне повітря забруднюючих речовин від пересувних джерел, умовно приведений до оксиду вуглецю з урахуванням відносної агресивності основних забруднювачів	

*повна характеристика розрахунку загальновідомих показників не наводиться

1. Ресурсний: економічний результат зіставляється з економічною оцінкою ресурсів, які застосовуються під час виробництва.

2. Витратний: економічний результат порівнюється з поточними витратами, що безпосередньо пов'язані з його досягненням.

3. Ресурсно-витратний: являє собою певний компроміс між двома попередніми.

При визначенні чисельника в процесі оцінювання ефективності виділяють три найзагальніші підходи:

– за ефект приймається валова вартість створеного за певний період продукту;

– ефектом є отриманий прибуток;

– за результат береться сума прибутку та амортизації [5].

У роботі Н. Terelius [6] запропонована методика визначення ефективності транспортної мережі на основі нового критерію, який спрямований на управління парком транспортних засобів.

Дослідники Т.В. Стройко та В.В. Бондар для оцінки діяльності транспорту України, пропонують використовувати наступні основні показники його роботи в якості критеріїв: обсяг перевезень вантажів, вантажооборот, співвідношення видів транспорту в вантажних перевезеннях, обсяг перевезень пасажирів, пасажирооборот, вартість перевезень, співвідношення пасажирських та вантажних перевезень в економіці країни. [7, с. 147].

Деякі автори вважають, що адекватно оцінити ступінь забезпеченості автомобільними та залізничними шляхами території, необхідно використовувати коефіцієнти Енгеля (KE) та Успенського (КУ). Коефіцієнт Енгеля визначається за наступною формулою:

$$Ke = \frac{L}{\sqrt{SH}} \quad (1)$$

де L – протяжність шляхів загального користування з твердим покриттям на кінець року, км;

S – площа території, км²;

H – чисельність населення, оцінка на кінець року, осіб [8, с. 80].

Більш привабливим є коефіцієнт Успенського, бо він враховує не тільки наявність транспортної мережі, але й її використання за рахунок показника обсягу перевезення вантажів, тобто він враховує фактичні, а не потенційні можливості транспортної галузі країни (регіону).

Коефіцієнт Успенського для оцінки виробничої забезпеченості України транспортними мережами розраховується по формулі:

$$Ku = \frac{L}{\sqrt[3]{SHQ}} \quad (2)$$

де L – протяжність шляхів загального користування з твердим покриттям на кінець року, км;

S – площа території, км²;

H – чисельність населення, оцінка на кінець року, осіб;

Q – обсяги перевезених вантажів, ткм. [8, с. 82].

Ми вважаємо, що для системної комплексної оцінки національної автотранспортної системи слід всі показники групувати за трьома складовими: економічною, соціальною та екологічною (табл. 1).

Зважаючи на той факт, що більшість суб'єктів працюючих в цій сфері мають приватну форму власності економічна складова залишиться пріоритетною. Але автотранспортна галузь досить серйозно впливає на стан навколишнього середовища і на соціальні аспекти життя населення.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені дослідження доводять, що одним з найбільш важливих аспектів оцінки ефективності національної автотранспортної системи є пошук вимірювачів розвитку цього сегменту економіки, які повинні в повній мірі відповідати цілям і завданням системи управління розвитком автотранспортної галузі в системі державного управління України.

Використання запропонованої системи показників дозволить аналізувати інформацію про рівень розвитку національної автотранспортної системи та її вплив на соціально-економічний розвиток держави і відповідно даватимуть інформацію для прийняття виважених рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аграрная экономика : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / М.Н. Малыш, Т.Н. Волкова, В.И. Перебийнос и др. СПб. : Лань, 2002. 688 с.
2. Результати діяльності Міністерства інфраструктури України за поточний період 2015 року. Міністерство інфраструктури України. URL: <http://mtu.gov.ua/files/%D0%9C%D0%86%D0%A3...pdf>
3. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/content/zagalna-informaciya-pro-galuz.html>.
4. Зеркалов Д. Основні поняття, характеристика видів транспорту. URL: <http://zerkalov.org.ua/node/2482>.
5. Вовк О. М., Гора А. В. Теоретичні основи оцінювання ефективності транспортного забезпечення в Україні. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgirbis_64.exe?...
6. Terelius H. An efficiency measure for road transportation networks with application to two case studies [Text] / Terelius H., Johansson K.H. // IEEE 54th Annual Conference on Decision and Control (CDC). 2015. P. 28-35.
7. Stroiko T. Transport infrastructure of Ukraine: the modern realities and development prospects / T. Stroiko, V. Bondar // Baltic Journal of Economic Studies. Vol. 3. 2017. No. 2. P. 141-146.
8. Маров І. В. Реалізація транзитного потенціалу в системі стратегічного розвитку України: дис. канд. ек. наук : 08.00.03. – економіка та управління національним господарством / Маров Ігор Володимирович – Донецьк, 2014. 217 с.

ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ

TAX REGULATION OF ORGANIZATION OF REMUNERATION OF LABOUR

У статті розглянуто засади податкового регулювання як вектора державного регулювання економіки національного господарства. Визначено об'єкти, суб'єкти та основні принципи податкового регулювання. Окреслено деякі податкові методи, за допомогою яких реалізується податкове регулювання, які застосовуються як урядом, так і органами місцевого самоврядування у межах повноважень.

Ключові слова: податкове регулювання, організація оплати праці, державне регулювання, механізм, соціальна гарантія, фіскальна політика.

В статье рассмотрены принципы налогового регулирования как вектора государственного регулирования экономики национального хозяйства. Определены объекты, субъекты и основные принципы налогового регулирования. Охарактери-

зованы некоторые налоговые методы, с помощью которых реализуется налоговое регулирование, которые применяются как правительством, так и органами местного самоуправления в пределах их полномочий.

Ключевые слова: налоговое регулирование, организация оплаты труда, государственное регулирование, механизм, социальная гарантия, фискальная политика.

The article considers the principles of tax regulation as a vector of state economic regulation of the national economy. Defined objects, subjects and the basic principles of tax regulation. Characterized by some tax methods, which implemented tax regulation, which are used by both the government and local authorities within their powers.

Key words: tax regulation, organization of remuneration of labor, state regulation, mechanism, social safety net, fiscal policy.

УДК 331.215.564

Васюренко Л.В.

к.е.н., старший викладач кафедри обліку і аудиту
Луганський національний аграрний університет (м. Харків)

Постановка проблеми. Метою соціальної держави є забезпечення високого рівня і якості життя її громадян. Фіскальний складник державної податкової політики забезпечує джерела фінансування прямих державних видатків на реалізацію соціальних програм та централізованих інвестицій. Водночас держава зацікавлена у зростанні добробуту громадян шляхом забезпечення умов економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників, що є основою для збільшення реальних доходів населення та оплати праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання реформування податкового регулювання в цілому і податкового навантаження на оплату праці зокрема, дослідженням податкових методів регулювання економіки займалися такі вчені, як І. Атаманенко, В. Гланц, Г. Івах, В. Кміть, Є. Лазарева, Н. Крючкова, Д. Рева, А. Свищук, О. Сидорович, Г. Ползікова, І. Ясенова та інші. Більшість наукових публікацій зосереджені на запропонуванні шляхів удосконалення окремих податкових методів. При цьому досліджень, у яких представлений розгорнутий механізм удосконалення податкового регулювання недостатньо, що й зумовлює необхідність проведення подальшого наукового пошуку в цьому напрямі.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні основних засад податкового регулювання та аналізі податкового навантаження на оплату праці.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Під податковим регулюванням розуміють цілеспрямований вплив держави на учасників економічних відносин шляхом використання засобів та інструментів податкової політики. Саме за допомогою податкової політики держава не тільки фор-

мує джерела фінансування суспільно необхідних витрат, реалізуючи фіскальну функцію податків, але й забезпечує створення необхідних передумов для структурної перебудови національної економіки та її зростання. У сфері оподаткування перетинаються інтереси держави й регіонів з інтересами платників (суб'єктів господарювання та громадян).

З огляду на пріоритетність фіскальної функції податків, держава зацікавлена у збільшенні загальної суми податків і зборів, що надходить у бюджети всіх рівнів і державні цільові фонди. Однак надмірне підвищення податкового навантаження (пріоритет інтересів держави) позбавляє платників стимулу до розвитку й розширення масштабів діяльності, що веде до таких негативних наслідків, як пригнічення підприємницької ініціативи й стагнація, ухилення від оподаткування та тіньової економіки.

В основі використання оподаткування (як одного з найважливіших важелів економічної політики держави) лежить властива податкам і системі оподаткування регулювальна функція. Податкові методи належать до методів державного регулювання економіки. Залежно від засобів впливу методи державного регулювання економіки поділяються на адміністративні, правові, економічні. Податкові методи належать саме до економічних методів державного регулювання. Податкові методи – це сукупність заходів державного регулювання, які спрямовані на управління економікою за допомогою податків та притаманних їм функцій. Завдання податкових методів полягає у тому, щоб, застосовуючи різні податкові інструменти, досягти балансу між фіскальною достатністю та забезпеченням зростання національної економіки.

Н. Крючкова, досліджуючи механізм податкового регулювання, зазначає, що податкове

регулювання можна класифікувати за такими ознаками: за рівнем впливу (загальнодержавне і місцеве); ступенем регламентації (на рівні законодавчої влади та місцевого самоврядування); тривалістю дії (довгострокові та оперативні) [1, с. 56]. Така класифікація податкового регулювання дає можливість зрозуміти, що податкові методи, за допомогою яких реалізується податкове регулювання, можуть застосовуватись як урядом, так і органами місцевого самоврядування у межах їх повноважень. При цьому результати від використання певних податкових методів можуть давати результати як відразу після їх запровадження, так і через певний проміжок часу.

За елементами податкового менеджменту можна виокремити такі податкові методи:

1) методи податкового прогнозування – методи, за допомогою яких здійснюються прогнози податкових надходжень як на короткострокову, так і на довгострокову перспективу (фільтраційні, ігрові та експертні методи, поліноміальні методи) [2, с. 223];

2) методи податкового планування – методи, які за допомогою прогнозних та аналітичних показників дозволяють скласти план бюджетних надходжень на наступні періоди, що є підґрунтям для складання проекту Державного бюджету України;

3) методи податкового аналізу – методи, які використовуються для визначення обсягу, структури та ефективності використання податкових надходжень минулих років;

4) методи податкового обліку – методи, що визначені законодавством і в певному порядку забезпечують нарахування та сплату податків платниками до фіскальних органів відповідного рівня;

5) методи податкового регулювання – сукупність методів, які спрямовані на реалізацію етапів управління податковими відносинами (формування податкової політики, розробка регламентів, адміністрування податків тощо) [3, с. 64];

6) методи податкового контролю – методи впливу фіскальних органів на підконтрольний об'єкт із метою забезпечення дотримання податкової дисципліни [4, с. 139].

За механізмами реалізації податкові методи бувають такі: інституціональні – методи, реалізація яких вимагає державної підтримки і суттєвих перетворень (створення вільних економічних зон, офшорних зон тощо); правові – методи, що базуються на внесенні законодавчих змін із метою регулювання економічних процесів; фінансово-економічні – методи, які передбачають стимулювання чи обмеження певних видів економічної діяльності (пряме податкове субсидування, податкові канікули, підвищення мита, встановлення акцизів тощо).

Державне податкове регулювання є сукупністю прийомів та методів організації податкових відносин із метою забезпечення формування дохідної частини бюджету, централізованих цільових фон-

дів держави й впливу податків на розвиток виробництва й соціальної сфери [5, с. 131]. Об'єктом державного податкового регулювання є відносини, що виникають між державою в особі спеціально уповноважених органів державної влади та платниками податків; його суб'єктами слід визнати органи державної влади, наділені повноваженнями у сфері оподаткування на всі групи платників податків. Предметом державного податкового регулювання є діяльність держави у сфері встановлення та стягнення до бюджетів податків, зборів (обов'язкових платежів). Мета державного податкового регулювання полягає у реалізації податкової політики, а також формуванні дохідної частини бюджетів усіх рівнів та забезпечення дієвого впливу податків, зборів (обов'язкових платежів) на розвиток національної економіки та соціальних відносин. Державне податкове регулювання виконує всі основні функції: планування, мотивування, організування та контроль.

Державне податкове регулювання – це процес управління оподаткуванням за допомогою здійснення податкового прогнозування, планування, регулювання та контролю з метою ухвалення управлінських рішень задля впливу на соціально-економічний розвиток країни та регіонів [6, с. 188].

Суб'єкти державного податкового регулювання можна поділити на три категорії:

1) органи, уповноважені розробляти та / чи ухвалювати нормативно-правові акти у сфері оподаткування. Це Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, профільні міністерства і відомства, органи місцевого самоврядування, науково-дослідні інститути, незалежні експерти тощо;

2) органи спеціальної компетенції (ті, що безпосередньо надають роз'яснення у сфері оподаткування; здійснюють облік платників податків і перевірку дотримання ними податкового законодавства; виявляють і розкривають податкові правопорушення та застосовують санкції за їх вчинення). До таких органів належить Державна фіскальна служба України та її територіальні органи, органи Пенсійного фонду України, Державне Казначейство України;

3) платники податків.

Податкове планування на державному рівні передбачає аналіз надходження податків, тенденцій та факторів зростання бази оподаткування і на цій основі визначення обсягу податкових надходжень до бюджетів. Організація (як функція управління податковою системою) передбачає також розроблення нових методів оподаткування, наприклад, зміну бази, ставки, податкових пільг, порядку подання декларації [7, с. 277]. Основне завдання податкового прогнозування і планування полягає в забезпеченні якісних і кількісних параметрів бюджетних завдань і перспективних програм соціально-економічного розвитку країни на основі

виробленої і прийнятої у законодавчому порядку податкової концепції.

Введення оптимальних податкових ставок і обґрунтованих податкових пільг породжує дієві стимули для економічного зростання, збільшуються обсяги підприємницької діяльності, а тому зростає база оподаткування й первинні доходи платників податків.

Примусове вилучення у платника певної частини його доходу спонукає його до підвищення продуктивності праці й веде до зростання виробництва. Однак податки можуть стимулювати працю й підприємницьку ініціативу лише тоді, коли платник буде впевнений, що за допомогою оподаткування держава не вилучить у нього весь приріст прибутку, отриманий у результаті зменшення витрат виробництва. Інакше у платника зникає будь-яке бажання підвищувати продуктивність праці й розширювати виробництво.

Специфікою податкового регулювання є чітке законодавче закріплення податкових правовідносин. Господарським кодексом України (ст. 17, частина перша) визначено, що «система оподаткування в Україні, податки і збори встановлюються виключно законами України».

Основним принципом податкового регулювання є принцип соціальної справедливості – забезпечення соціальної підтримки малозабезпечених верств населення шляхом упровадження економічно обґрунтованого неоподаткованого мінімуму доходів громадян та застосування диференційованого і прогресивного оподаткування громадян, які отримують високі та надвисокі доходи. Одним із законів, прийняття яких ухвалили до умов надання Україні розширеного кредитування МВФ, був закон, спрямований на зменшення навантаження на фонд оплати праці, покликаний сприяти легалізації зарплат.

Питання податкового навантаження на заробітні плати настільки важливе, тому що від цього залежить як величина самої зарплати, так і здатність роботодавця розвивати свій бізнес. Гроші, які заробляють, власник (керівник) бізнесу може направити на різні цілі. Причому не виділити кошти у фонд оплати праці він просто не може: цього вимагають і закон, і фундаментальні правила побудови бізнесу (люди – його головний актив). Але коштів він повинен виділити більше, ніж у результаті отримують працівники. Різницю становить єдиний соціальний внесок і військовий збір. Після перерахування цих грошей часто не залишається коштів не те що на розвиток, а просто на існування бізнесу.

Припустимо, працівнику нарахована зарплата 4 000 гривень. Із цієї суми роботодавець утримує 18% прибуткового податку, тому на руки видається 3 280 гривень. Крім того, на суму зарплати (фонд оплати праці) нараховується ЄСВ (прийmemo його ставку в 36,76%) – 1 468 гривень і 1,5% вій-

ськового збору – 60 грн. Таким чином, зараз, щоб заплатити працівникові 4 000 грн., роботодавець повинен витратити 5 528 гривень.

Аналізуючи показники податкового навантаження на заробітну плату в зарубіжних країнах (рис. 1), можна дійти висновку, що немає очевидного зв'язку між рівнем життя, розвитком економіки і рівнем податків. Це пояснюється наявністю безлічі факторів, що впливають на рівень життя, крім податків. Але практично у всіх економічно розвинених країнах основну частину податкового навантаження на зарплату становить прибутковий податок, а не соціальні внески (як в Україні).

Такий принцип має глибокий зміст. По-перше, роботодавці можуть більше коштів направляти на розвиток. Але важливіше інше: працівники стають господарями всіх зароблених ними грошей. Тому, наприклад, можуть самі вирішувати, що робити з пенсійними відрахуваннями. Вони також бачать те, скільки податків платять державі зі своєї кишені, тому з великою увагою стежать за тим, як чиновники їх витрачають.

Негативний вплив на регулювання оплати праці справляють нестабільність та недосконалість податкової системи, внесення частих змін у податкове законодавство. Окремі науковці вважають необхідною умовою покращення соціально-економічної ситуації в Україні зменшення податкового навантаження безпосередньо на заробітну плату [8, с. 20].

За останні роки в Україні були випробувані на практиці різні підходи щодо формування податкової політики. Усі вони виявилися не досить ефективними, тому продовжується постійна робота над коригуванням прийнятих законодавчих актів, їх уточненням, пристосуванням до соціально-економічних умов, що постійно змінюються, над формуванням у нашій країні оптимального податкового механізму. Податкове регулювання заробітної плати має бути побудовано державою так, щоб воно, з одного боку, стримувало надмірно високі доходи, а з іншого – не послаблювало мотивацію до праці. Зниження податкового навантаження без суттєвих втрат для бюджету може досягатися лише за умов збільшення обсягів виробництва товарів та послуг. Причому показники такого збільшення в умовах сучасного економічного розвитку можуть бути не стільки абсолютними, скільки відносними.

Висновки з проведеного дослідження. Існування неефективного, надмірного податкового навантаження призвели до формування та закріплення тіньової економіки та корупції. За умов неефективних податкових ставок обсяги тіньових доходів зростають, що зменшує податкову базу та призводить до зростання бюджетного дефіциту бюджету України. Для подолання корупції та суттєвого зменшення тіньової економіки необхідні системні дії, які мають спрямовуватися на зменшення

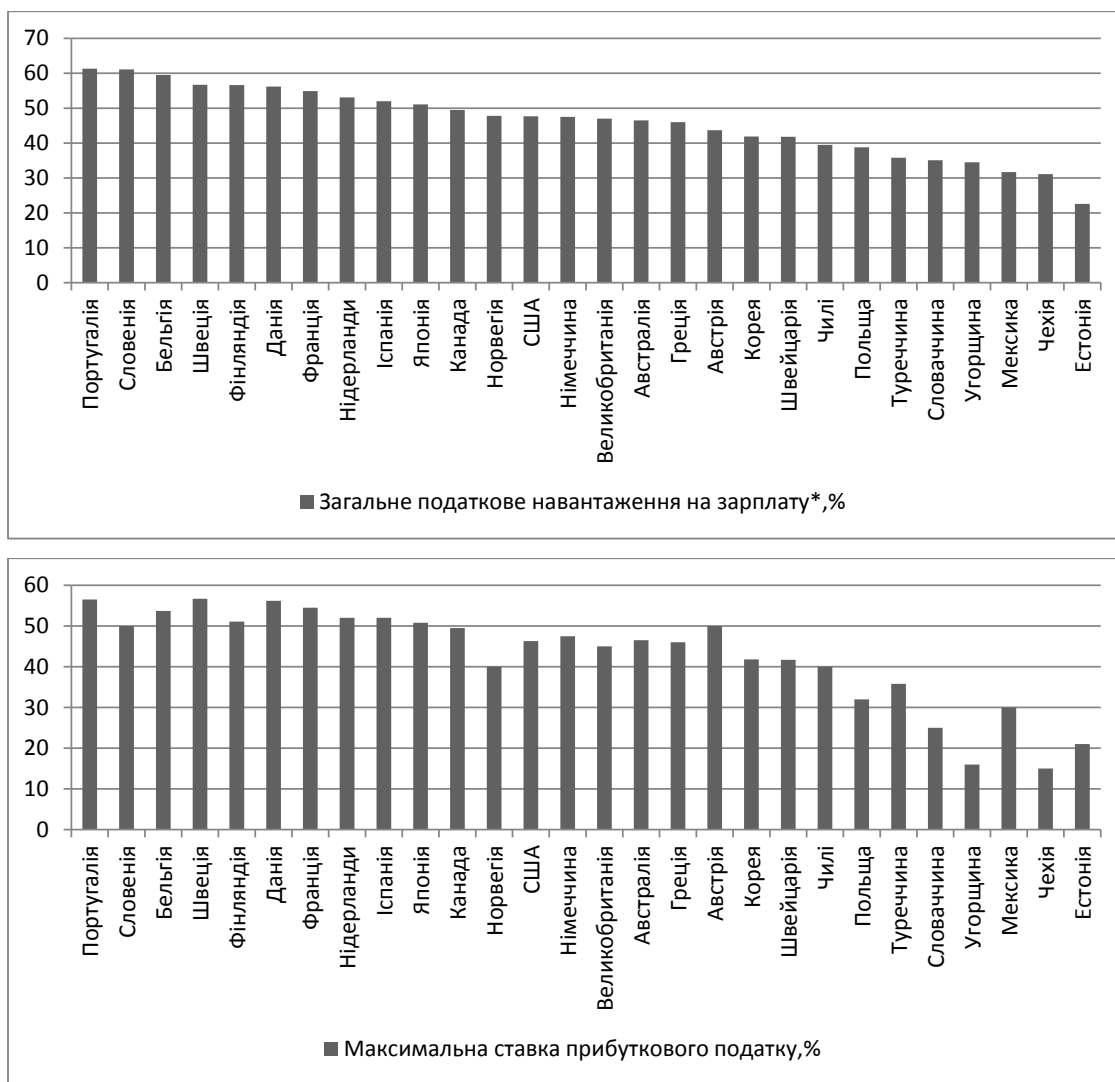


Рис. 1. Податкове навантаження на зарплати в зарубіжних країнах у 2017 році

Джерело: побудовано автором [9]

рівня податкового тиску на бізнес і громадян, що дасть змогу підвищити привабливість легального сектора та повної сплати податків, а також зростання оплати за виконану працю і добробуту населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ткачик Л. Особливості функціонування корпоративного податкового менеджменту. Бізнес Інформ. 2013. № 12. С. 333–338.
2. Осадча О. Аналіз системи оподаткування підприємства в контексті сучасних економічних трансформацій. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2014. № 1 (65). С. 284–293.
3. Тренев Н. Методология стратегического управления предприятием на основе самоорганизации. Аудит и финансовый анализ. 2001. № 4. URL: <http://www.auditfin.com/fin/2001/4/rtrenev/rtrenev.asp>.
4. Катренко А., Савка І. Механізми координації у складних ієрархічних системах. Вісн. Нац.

ун-ту «Львівська політехніка». 2008. № 631. С. 156–165.

5. Карпінський Б., Залуцька Н. Стратегічний податковий менеджмент як механізм управління економічним розвитком держави. Стратегічні пріоритети. 2007. № 4 (5). С. 126–133.
6. Лещух І., Олійник Н. Концептуальні основи функціонування системи державного податкового менеджменту в Україні. Регіональна економіка. 2014. № 4. С. 187–193.
7. Гогіна О. Концептуальні засади та необхідність розвитку державного податкового менеджменту в Україні. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2012. № 3. С. 273–278.
8. Прокопенко В. Оподаткування нерухомості – інструмент наповнення муніципальних бюджетів та регулювання місцевих ринків нерухомості. Вісник Чернівецького державного технологічного університету. 2013. № 4 (69). URL: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=7&id=39>.
9. Організація економічного співробітництва та розвитку. URL: <http://www.oecd.org/>

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

STRATEGIC BENCHMARKS FOR THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

УДК 330.341

Верхоглядова Н.І.

д.е.н., професор,
проректор з навчальної
та науково-педагогічної роботи
Придніпровська державна академія
будівництва та архітектури

Кононова І.В.

к.е.н., доцент кафедри обліку,
економіки й управління персоналом
підприємства
Придніпровська державна академія
будівництва та архітектури

У статті розглянуто стратегії розвитку соціально-економічних систем, вивчено її сутність та виявлено відмінні риси. Розглянуто основні елементи стратегії розвитку національної економіки. Запропоновано здійснювати вибір стратегії розвитку з використанням матричного методу. Досліджено основні види стратегій та умови вибору залежно від стійкості розвитку соціально-економічної системи. Розглянуто стратегічні орієнтири розвитку національної економіки на сучасному етапі її функціонування.
Ключові слова: соціально-економічна система, національна економіка, розвиток, стратегія розвитку, стійкість розвитку, стратегічні орієнтири.

В статье рассмотрены стратегии развития социально-экономических систем, изучена ее сущность и выявлены отличительные черты. Рассмотрены основные элементы стратегии развития национальной экономики. Предложено осуществлять выбор стратегии развития с использованием матричного метода. Исследованы основные виды стратегий и условия их выбора в зависимости от устойчивости

развития социально-экономической системы. Рассмотрены стратегические ориентиры развития национальной экономики на современном этапе ее функционирования.

Ключевые слова: социально-экономическая система, национальная экономика, развитие, стратегия развития, устойчивость развития, стратегические ориентиры.

In the article the strategies of development of socio-economic systems are considered, its essence is studied and distinctive features are revealed. The main elements of the national economy development strategy are considered. It is proposed to select a development strategy using the matrix method. The main types of strategies and conditions of their choice are investigated depending on the sustainability of the development of the socio-economic system. The strategic benchmarks for the development of the national economy at the present stage of its functioning are considered.

Key words: socio-economic system, national economy, development, strategy of development, strategic reference points.

Постановка проблеми. Розвиток національної економіки є складним та суперечливим процесом, який потребує підвищеної уваги з боку дослідників у галузі управління національною економікою. Основними проблемами, вирішення яких набуває надзвичайної актуальності в умовах підвищеного рівня мінливості зовнішнього середовища, є проведення аналізу основних показників, що характеризують розвиток національної економіки, виявлення притаманних їм тенденцій та встановлення на цій основі стратегічних орієнтирів розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань розвитку соціально-економічних систем (як на мікро-, так і на макрорівні) присвячені наукові роботи багатьох дослідників, серед яких М. Афанасьєв, В. Рогожин, В. Рудика [1], І. Богатирьов [2], М. Бурмака [3], Ю. Погорелов, Д. Воронков [4], Н. Мала, О. Грабельська [5] тощо.

Серед науковців, що досліджували стратегію, варто виокремити прибічників різних підходів до її трактування. По-перше, А. Чандлер [6], К. Ендрюс [7] та І. Бланк [8] розглядали стратегію процесом визначення довгострокових цілей та шляхів досягнення.

Інші науковці, серед яких варто вказати на таких, як Б. Карлофф [9] та Л. Швайка [10], визначали стратегію певним планом (моделлю, програмою) дій, виконання яких дозволить досягти поставленої мети. Схожими є погляди на сутність стратегії і багатьох інших науковців,

зокрема М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі [11], В. Герасимчук [12], М. Мартиненко, І. Ігнат'єва [13] тощо.

Згідно з підходом М. Туленкова, стратегію можна визначити установленою на досить тривалий період сукупністю норм, орієнтирів, напрямів, сфер, способів і правил діяльності, що забезпечують зростання і високу конкурентоспроможність організації, які зміцнюють позиції на ринку, підвищують здатність до виживання в умовах конкуренції [14].

Інші науковці трактують стратегію як певний комплекс ухвалення рішень, напрямів діяльності [15], створення унікальної та вигідної позиції, яка передбачає певний набір видів діяльності [16], систему й механізм, що реалізується в умовах відсутності точної та детальної картини майбутнього [17].

Таким чином, серед науковців немає одностайності щодо сутності поняття «стратегія» та чітко визначеного підходу до визначення стратегічних орієнтирів розвитку, особливо на рівні національної економіки.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення науково-методичних аспектів визначення стратегічних орієнтирів розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як було встановлено під час аналізу поглядів науковців, управління розвитком соціально-економічних систем потребує розроблення страте-

гії розвитку. Розглянувши особливості стратегії в контексті забезпечення розвитку соціально-економічних систем, можна виокремити такі риси стратегії розвитку соціально-економічної системи:

- стратегія розробляється з орієнтацією на майбутнє й застосовується протягом тривалого періоду;
- реалізація стратегії починає реалізовуватися і в поточному періоді;
- стратегія є інструментом реакції на мінливе зовнішнє середовище;
- стратегія визначає основні напрями розвитку соціально-економічної системи;
- стратегія розробляється в умовах повної або часткової невизначеності на основі неповної та недостатньо точної інформації;
- стратегія потребує постійних уточнень під час реалізації;
- стратегія є підґрунтям якісних перетворень у системі.

Під інструментами реалізації стратегії розвитку більшість авторів розуміють вибір напрямів та адаптацію курсів дій щодо розміщення, розподілу та координації ресурсів, урахуваючи позиції у навколишньому середовищі.

Стратегія розвитку враховує зміни зовнішнього середовища, котрі можуть вплинути на рівень досягнення поставлених цілей, та забезпечує завчасну й адекватну реакцію на них під час використання усіх наявних ресурсів.

Якщо говорити про елементи стратегії розвитку, то до них, на нашу думку, варто включити:

- головну мету розвитку соціально-економічної системи;

– стратегічні альтернативи (сценарії розвитку), що формуються залежно від мінливості зовнішнього середовища;

- драйвери розвитку, які обираються залежно від стійкості розвитку системи;
- заходи щодо реалізації альтернатив;
- забезпечення реалізації стратегії (ресурсне);
- прогностні результати реалізації стратегії.

Складники стратегії розвитку соціально-економічних систем різного рівня (підприємства, галузі, регіону чи національної економіки) наведено на рис. 1.

Очевидно, що між складниками стратегії розвитку існує тісний взаємозв'язок. Отже, важливою характеристикою є гнучкість елементів стратегії, що необхідна для пристосування до особливостей як об'єкта, так і суб'єкта стратегії.

При цьому перш ніж розробляти стратегії розвитку соціально-економічної системи необхідно визначитися з її видом, що залежить від двох аспектів:

- стійкості розвитку соціально-економічної системи;
- мінливості зовнішнього середовища її функціонування.

Слід зауважити, що з метою вибору виду стратегії розвитку доцільно побудувати матрицю, яка буде враховувати ці два аспекти та визначає те, який саме вид стратегії має обиратися залежно від того, якою є комбінація рівня стійкості розвитку соціально-економічних систем та рівня мінливості зовнішнього середовища.

При цьому коефіцієнт стійкості розвитку соціально-економічної системи може набувати значень, які свідчать про абсолютно стійкий, відносно стійкий, відносно нестійкий або абсолютно нестійкий розвиток. Щодо мінливості зовнішнього серед-

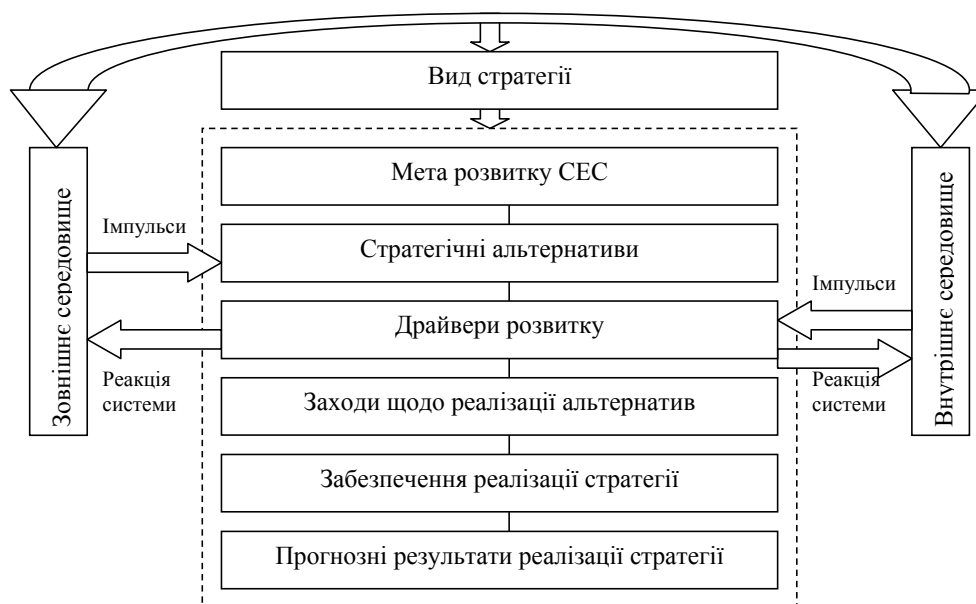


Рис. 1. Складники стратегії розвитку соціально-економічних систем

Джерело: побудовано автором

овища, то вона може мати надзвичайно низький, низький, середній та високий ступінь.

Матриця вибору виду стратегії розвитку соціально-економічної системи наведена в таблиці 1.

Із врахуванням досягнутого рівня стійкості розвитку соціально-економічної системи та ступеня мінливості її зовнішнього середовища пропонується обрати вид стратегії, що відповідає певному квадранту матриці, наведеної в таблиці 1.

Як видно з таблиці, всі стратегії можна розподілити на чотири основні види, а саме: пасивну, активну, реактивну та проактивну.

Розглянемо стратегії розвитку соціально-економічної системи що враховують взаємодію із зовнішнім середовищем більш детально:

– пасивна стратегія, що застосовується тоді, коли соціально-економічна система відзначається абсолютно стійким розвитком та надзвичайно низьким або низьким ступенем мінливості стану зовнішнього середовища або у разі відносно стійкого розвитку за надзвичайно низького ступеня мінливості зовнішнього середовища. Ця стратегія будується на вичікуванні змін зовнішнього середовища та не передбачає активної реакції на них;

– активна стратегія, що застосовується за відносно та абсолютно нестійкого розвитку та надзвичайно низькій мінливості стану зовнішнього середовища, а також у разі відносно стійкого, відносно нестійкого та абсолютно нестійкого розвитку за умови низької мінливості зовнішнього середовища. Передбачає активну зміну системи у відповідь на зміну стану середовища;

– реактивна стратегія, що застосовується у разі абсолютно стійкого, відносно стійкого або відносно нестійкого розвитку за середньої мінливості стану зовнішнього середовища, а також у разі абсолютно стійкого та відносно стійкого розвитку за високої мінливості. Ця стратегія передбачає надзвичайно оперативну реакцію на зміну зовнішнього середовища;

– проактивна стратегія, що застосовується у разі абсолютно нестійкого розвитку та середній мінливості середовища, а також у разі відносно та абсолютно нестійкого розвитку за умови високої мінливості зовнішнього середовища. Проактивна стратегія базується на передбаченні подальших змін зовнішнього середовища та змін внутрішніх

параметрів функціонування системи до того, як зміни середовища відбулися.

На рис. 2 наведено результати оцінки стійкості національної економіки України за 2009–2016 роки.

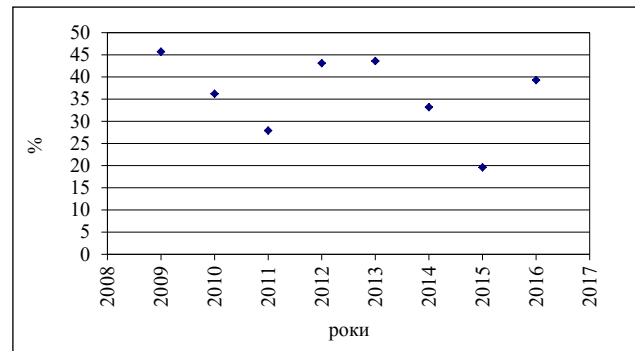


Рис. 2. Показник стійкості розвитку національної економіки за 2009–2016 роки

Джерело: побудовано автором на основі розрахунків за даними джерела [18]

Із рисунку видно, що коефіцієнт стійкості національної економіки вирізняється суттєвими коливаннями. Інтерпретація показника стійкості розвитку здійснюється за шкалою:

- менше 17% – абсолютно стійкий розвиток;
- 17–33% – відносно стійкий розвиток;
- 35–40% – відносно нестійкий розвиток;
- 40–60% – абсолютно нестійкий розвиток

Як видно з даних рисунку, розвиток національної економіки впродовж всього періоду є відносно або абсолютно нестійким (за винятком 2011 та 2015 року, коли розвиток можна було вважати відносно стійким).

На рис. 3 наведено результати оцінки мінливості зовнішнього середовища національної економіки України за 2009–2016 роки.

Інтерпретація показника мінливості зовнішнього середовища пропонується здійснювати за шкалою:

- менше 17% – надзвичайно низький ступінь мінливості;
- 17–33% – низький ступінь мінливості;
- 35–40% – середній ступінь мінливості;
- 40–60% – високий ступінь мінливості.

У таблиці 2 наведено результати вибору оптимального виду стратегії розвитку, яку варто було б

Таблиця 1

Матриця вибору виду стратегії розвитку соціально-економічної системи

Стійкість розвитку соціально-економічної системи	Мінливість зовнішнього середовища			
	Надзвичайно низький ступінь	Низький ступінь	Середній ступінь	Високий ступінь
Абсолютно стійкий розвиток	Пасивна	Пасивна	Реактивна	Реактивна
Відносно стійкий розвиток	Пасивна	Активна	Реактивна	Реактивна
Відносно нестійкий розвиток	Активна	Активна	Реактивна	Проактивна
Абсолютно нестійкий розвиток	Активна	Активна	Проактивна	Проактивна

Джерело: складено автором

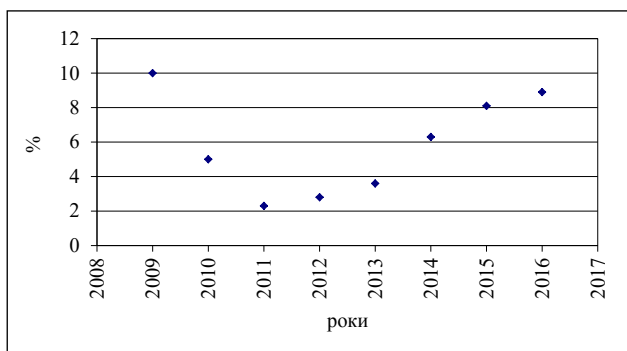


Рис. 3. Показник мінливості зовнішнього середовища національної економіки за 2009–2016 роки

Джерело: побудовано автором

обрати в конкретних умовах на основі отриманих результатів оцінки стійкості національної економіки та мінливості її зовнішнього середовища.

Як видно з даних таблиці, лише у 2011 році допускалось застосування пасивної стратегії розвитку національної економіки. За всіма іншими роками досліджуваного періоду видно, що найоптимальніше зупинити свій вибір саме на активній стратегії розвитку.

Саме з урахуванням виду обраної стратегії мають розроблятися стратегічні орієнтири розвитку національної економіки. Із цією метою проводиться аналіз стратегічних альтернатив, спрямованих на покращення тих чи інших показників розвитку національної економіки. Серед показників, які використовувались для визначення рівня розвитку соціально-економічних систем, було обрано ті, покращення яких є найбільш доцільним, адже може призвести до непропорційно більшого підвищення рівня розвитку. Такими показниками є ВВП України, обсяги капітальних інвестицій, витрати на освіту, витрати на охорону навколишнього середовища, питомі витрати на інноваційну діяльність та питома вага витрат на освіту та охорону навколишнього середовища у ВВП.

Динаміка ВВП України за 2005–2016 роки, яка свідчить про нестабільність значень досліджу-

ваного показника. Чітко простежується циклічність змін ВВП України протягом досліджуваного періоду. Так, 2005–2007 та 2010–2012 роки характеризувались зростанням ВВП, 2008 та 2013 роки – його стабілізацією, а у 2009 році та у 2014–2016 роках відбувалось падіння ВВП України. В цілому, за 2005–2016 роки ВВП країни зріс лише на 9366,7 млн. євро або на 12%, що пов'язане в основному зі зростанням цін, а не фізичних обсягів ВВП.

Обсяг капітальних інвестицій у національне господарство України має коливання подібні змінам ВВП. У цілому, за 2005–2016 роки сума капітальних інвестицій у перерахунку на європейську валюту не лише не зросла, а й зменшилась, до того ж досить суттєво (на -1834,3 млн. євро або на 15,06%).

У 2005–2013 роки обсяг витрат на освіту мав тенденцію до зростання. Упродовж 2015–2016 років витрати на освіту скоротились, сягнувши практично початкового рівня. Зміна витрат на освіту за досліджуваний період склала 63,6 млн. євро або 4,93%.

Зміна витрат на охорону навколишнього середовища по Україні за 2005–2016 роки засвідчує, що динаміка цього показника вирізняється хвилеподібними коливаннями. У цілому, за досліджуваний період відбулося скорочення суми витрат на охорону навколишнього середовища на -647,7 млн. євро, або на 43,16%.

Величина питомих витрат на інноваційну діяльність мала загальну тенденцію до зростання впродовж 2005–2013 років, яке змінилось суттєвим падінням. У цілому за досліджуваний період питомі витрати на інноваційну діяльність знизилась на 4,69 євро, або на 30,36%.

Питома вага витрат на освіту за досліджуваний період знизилась з 1,86 до 1,54%, а питома вага витрат на охорону навколишнього середовища – з 2,16 до 0,98%.

Саме на покращення значень за перерахованими показниками має орієнтуватися стратегія розвитку національної економіки України.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, було розглянуто особливості стратегії роз-

Таблиця 2

Оптимальний вибір виду стратегії розвитку національної економіки

Рік	Стійкість розвитку	Мінливість зовнішнього середовища	Вид стратегії розвитку
2009	відносно нестійкий	низький ступінь мінливості	активна
2010	відносно нестійкий	низький ступінь мінливості	активна
2011	відносно стійкий	надзвичайно низький ступінь мінливості	пасивна
2012	абсолютно нестійкий	надзвичайно низький ступінь мінливості	активна
2013	абсолютно нестійкий	надзвичайно низький ступінь мінливості	активна
2014	відносно нестійкий	низький ступінь мінливості	активна
2015	відносно стійкий	низький ступінь мінливості	активна
2016	відносно нестійкий	низький ступінь мінливості	активна

Джерело: складено автором

витку соціально-економічних систем, досліджено основні її елементи. Запропоновано здійснювати вибір стратегії розвитку з використанням матричного методу. Досліджено основні види стратегій та умови їхнього вибору. Установлено стратегічні орієнтири подальшого розвитку національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Афанасьев Н., Рогожин В., Рудыка В. Управление развитием предприятия. Харьков: «ИНЖЭК», 2003. 184 с.
2. Богатирьев І. Управління розвитком підприємства (за матеріалами малих підприємств меблевої промисловості України): автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». Європейський ун-т фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу. Київ, 2004. 24 с
3. Бурмака М. Дефініція поняття «розвиток соціально-економічної системи». Економічний розвиток: теорія, методологія, управління матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Будапешт – Валенсія – Київ, 2013. С. 250–251.
4. Воронков Д., Погорелов Ю. Розвиток підприємства: управління змінами та інновації: монографія. Харків: АдвАТМ, 2009. 436 с.
5. Мала Н., Грабельська О. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». 2012. № 739. С. 22–28.
6. Чандлер А. Стратегия и структура. Москва: Мир, 1988. 464 с.
7. Andrews K. The Concept of Corporate Strategy, Dow Jones. Irwin, Homewood, 1971.
8. Бланк И. Торговый менеджмент. Киев: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. 408 с.
9. Карлофф Б. Деловая стратегия. Москва: Экономика, 1991. 239 с.
10. Швайка Л. Державне регулювання економіки : навч. посібн. Київ: Вид-во «Знання», 2006. 435 с.
11. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва: Дело, 1992. 702 с.
12. Герасимчук В. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2000. 360 с
13. Мартиненко М., Ігнатська І. Стратегічний менеджмент: Підручник. Київ: Каравела, 2006. 320 с.
14. Туленков Н. Ключевая позиция стратегического менеджмента в организации. Проблемы теории и практики управления. 1997. № 4. С. 104–107.
15. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 560 с.
16. Портер М. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. Київ: Основи, 1998.
17. Головка Т., Сагова С. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За ред. д-ра екон. наук, проф. М. Кужельного. Київ: КНЕУ, 2002. 198 с.
18. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ПРОГРАМ (ПРОЕКТІВ) У СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

IMPLEMENTATION OF EFFECTIVE PROGRAMS (PROJECTS) IN THE ECONOMIC SECTORS TO PROMOTE REGIONAL DEVELOPMENT

У статті розглянуто важливі індикатори комплексної методології підготовки та реалізації програм (проектів) регіонального розвитку. Обґрунтовано схему виділених пріоритетних ефективних програм (проектів) регіонального розвитку у секторах економіки. Визначено індикатори/економічні показники, що орієнтують показники та дозволяють певною мірою передбачати те, в якому напрямі слід очікувати розвиток економічних процесів.

Ключові слова: програми (проекти), сектори економіки, індикатори, регіональний розвиток.

В статье рассмотрены важные индикаторы комплексной методологии подготовки и реализации программ (проектов) регионального развития. Обосновано схему выделенных приоритетных эффективных программ (проектов) регионального развития в секторах экономики.

Определены индикаторы/экономические показатели, ориентировочные показатели, которые позволяют в определенной степени предвидеть, в каком направлении следует ожидать развитие экономических процессов.

Ключевые слова: программы (проекты), секторы экономики, индикаторы, региональное развитие.

The article considers important indicators of the complex methodology of preparation and implementation of regional development programs (projects). The scheme of allocated priority effective programs (projects) of regional development in the sectors of economy is substantiated. Indicators / economic indicators orienting, which allow to some degree to predict in what direction one should expect the development of economic processes, are determined.

Key words: programs (projects), sectors of the economy, indicators, regional development.

УДК 332.146:005.8

Крикун О.О.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки

та менеджменту

Харківський національний університет

імені В.Н. Каразіна

Постановка проблеми. Необхідність проведення дослідження розвитку регіонів зумовлена важливістю підтримки та сприяння збалансованого розвитку окремих галузей для дотримання вимог безперервного розвитку шляхом оптимального використання наявного потенціалу. Для того, щоб упроваджувати ефективну регіональну політику і забезпечувати подальший розвиток найбільш важливих для конкретного регіону галузей та сфер господарства необхідно чітко визначити регіони країни, законодавчо закріпивши їх межі. Тобто необхідно визначити ефективні проекти регіонального розвитку в секторах економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням регіонального розвитку в секторах економіки та розвитку проблемних регіонів присвячені праці таких учених: Є. Бойка, З. Герасимчука, С. Дорогунцова, Л. Зайцевої, У. Ізарда, В. Кравціва, П. Кругмана, А. Мазура, І. Михасюка, Н. Мікули, В. Павлова, Л. Шостака та багатьох інших науковців. У своїх роботах учені формують фундамент теоретико-практичного інструментарію формування ефективних проектів регіонального розвитку та формують основні засади важливості та невідкладності реалізації цих програм та проектів.

Постановка завдання. Головною метою державного управління визнається розвиток регіонів – забезпечення найкращого з можливих варіантів використання їх ресурсного потенціалу через оптимальне співставлення інтересів держави та конкретного регіону. Стратегічною метою економіки України є гарантія стабільного розвитку за рахунок створення вискоєфективної соціально-

орієнтованої економіки регіонів. Вона допоможе підвищити рівень життя населення, мотивацію до ведення трудової й підприємницької діяльності, покращити умови встановлення та підтримки партнерських зв'язків у світовому економічному співтоваристві.

Метою статті є обґрунтування ефективних програм (проектів) регіонального розвитку в секторах економіки та визначення індикаторів комплексної методології підготовки й їх оптимізації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Ефективний соціально-економічний розвиток держави багато в чому залежить від ефективності економічного розвитку регіонів: від розширення їх економічної незалежності і посилення їх самоорганізації. Сучасна політико-економічна ситуація розвивається у напрямі посилення самостійності регіонів та їх поступової децентралізації. Підвищення фінансового забезпечення регіонів формує певний ресурс, який новостворені громади у первинній моделі мають застосувати для покращення та оздоровлення регіональної економіки, підвищення рівня життя й формування стійкого соціолого-економічного зростання. Але досить часто регіони (за об'єктивних обставин) не здатні сформулювати ефективні програми розвитку, про впровадження яких ітиметься у статті.

Насамперед треба зрозуміти, що таке регіон. Регіон – це територіально-цілісна частина країни, яка відрізняється своєрідністю природного середовища, що зумовлює тип та структуру економіки, яка характеризується своєрідним співвідношенням різних галузей господарства, глибокими та різноманітними зв'язками між ними, закінченим

циклом відтворення, спільними рисами історичного розвитку, виробничими навиками, соціально-культурними традиціями населення, функціональними особливостями (спеціалізацією), яка виділена за сукупністю цих ознак в адміністративну одиницю та є підсистемою соціально-економічного комплексу країни [4]. При цьому важливим є забезпечення можливості виробництва конкурентоспроможної продукції у регіоні та виходу з нею на зовнішні ринки, але для цього необхідним є формування програм (проектів) регіонального розвитку в різних секторах економіки.

Основоположним у формуванні соціально-орієнтованої економіки регіонів є виділення чинників у регіональній системі управління, а саме:

- відношення долі економічних і організаційних методів у механізмі управління;
- відношення долі плану і товарно-грошових, ринкових відносин у розвитку і функціонуванні підприємств національного господарства країни;
- відношення долі централізованих і децентралізованих управлінських рішень у регіональному відтворювальному процесі.

Так, для забезпечення ефективності функціонування регіональної системи управління необхідні такі умови:

- ефективне регіональне управління;
- ефективна робота інформаційної системи;
- прогнозування розвитку керованої системи підлаштованої до змін умов зовнішнього середовища;
- взаємозв'язок керованої та керованої систем і їх узгоджені дії;
- високий рівень взаємозв'язку регіональних програм розвитку і забезпечення їх виконання.

Програма – це запланований комплекс соціально-економічних та інших заходів, які направлені на виконання цілей, досягнення розвитку в певному виді діяльності чи напрямі. Проект – це документ, яким визначається сукупність взаємопов'язаних дій, що спрямовані на подолання визначеної у проекті проблеми через досягнення певних результатів із використанням визначеної кількості ресурсів та слідування чітко визначеними цілями протягом визначеного періоду часу.

Виділені чинники й умови супроводжують результати успішного впровадження проектів регіонального розвитку, а саме:

- розповсюдження ефективних практик розв'язання актуальних проблем регіонального розвитку;
- підвищення рівня співпраці місцевого самоврядування з підприємцями та громадськими організаціями;
- використання інноваційних ідей у практиці регіонального розвитку.

Згідно з обґрунтуванням розвитку пріоритетних ефективних програм (проектів) регіонального роз-

витку, систематизуємо сектори економіки з позицій сталості економіки, першочерговості та масштабності виробництва за відповідною схемою: «назва-ініціатор-відповідальний-обсяг коштів». Досить часто аналіз існуючих масштабних державних програм (проектів) дозволяє чітко визначити вектор розвитку держави, тому побудова переліку існуючих програм обсягом понад 100 мільйонів гривень є доцільною. Отриманий перелік наведено нижче:

1) державна цільова економічна програма енергоефективності. Ініціатор (учасники програми): юридичні особи (об'єднання співвласників багатоквартирних будинків та житлово-будівельні кооперативи) та фізичні особи. Відповідальні за виконання: Мінрегіон, Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. Обсяг коштів: 400 млн. грн.;

2) загальнодержавна цільова програма «Питна вода України». Ініціатор (учасники програми): структурні підрозділи з питань будівництва та житлово-комунального господарства місцевих держадміністрацій; сільські, селищні, міські, районні у містах (у разі їх створення) ради або їх виконавчі органи. Відповідальні за виконання: Мінрегіон. Обсяг коштів: 200 млн. грн.;

3) розвиток системи охорони здоров'я у сільській місцевості. Ініціатор (учасники програми): органи місцевого самоврядування. Відповідальні за виконання: Мінрегіон. Обсяг коштів: 1 млрд. грн.;

4) будівництво (придбання) доступного житла. Ініціатор (учасники програми): громадяни, які перебувають на обліку, що потребують поліпшення житлових умов; у яких відсутня на праві власності житлова площа; які мають у власності житлову площу, що не перевищує 13,65 кв. метра; внесені до Єдиної інформаційної бази даних про внутрішньо переміщених осіб, як такі що не мають у власності іншої житлової нерухомості ніж та, що розташована на території, визначеній тимчасово окупованою. Відповідальні за виконання: Мінрегіон. Обсяг коштів: 100 млн. грн.;

5) підтримка регіональної політики. Ініціатор (учасники програми): центральний або місцевий орган виконавчої влади, органи місцевого самоврядування та засновані ними всеукраїнські асоціації, державна, комунальна установа чи організація, що належить до сфери їх управління. Відповідальні за виконання: Мінрегіон. Обсяг коштів: 449,5 млн. грн.;

6) формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад. Ініціатор (учасники програми): об'єднані територіальні громади. Відповідальні за виконання: Мінрегіон. Обсяг коштів: 1,9 млрд. грн.;

7) будівництво футбольних полів зі штучним покриттям у регіонах України. Ініціатор (учасники програми): Структурні підрозділи місцевих дер-

жадміністрацій та виконавчих комітетів місцевих рад, бюджетні установи органів державної влади. Відповідальні за виконання: Мінрегіон. Обсяг коштів: 370 млн. грн.;

8) будівництво, реконструкція, ремонт і утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення, вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах. Ініціатор (учасники програми): обласні бюджети, бюджети міст. Відповідальні за виконання: Державне агентство автомобільних доріг України (субвенція). Обсяг коштів: 11,5 млрд. грн.;

9) зменшення обсягів викидів (збільшення абсорбції) парникових газів, зокрема на утеплення приміщень закладів соціального забезпечення, розвиток міжнародного співробітництва з питань зміни клімату. Ініціатор (учасники програми): органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, установи та організації всіх форм власності, що здійснюють реалізацію проектів цільових екологічних (зелених) інвестицій та заходи щодо виконання Кіотського протоколу до Рамкової конвенції ООН про зміну клімату. Відповідальні за виконання: Міністерство екології та природних ресурсів. Обсяг коштів: 1 млрд. грн.;

10) розвиток фермерських господарств. Ініціатор (учасники програми): новостворені фермерські господарства у період становлення (перші три роки після їх державної реєстрації, а в труднодостатніх населених пунктах – п'ять років) та фермерські господарства з відокремленими фермерськими садибами, фермерські господарства, які проводять господарську діяльність та розташовані у гірських населених пунктах, на поліських територіях (на безповоротній основі) та фермерські господарства (на поворотній основі). Відповідальні за виконання: Мінагрополітики; Український державний фонд підтримки фермерських господарств і його регіональні відділення. Обсяг коштів: 1 млрд. грн.

Проаналізувавши отриманий перелік, можна визначити, що найбільш масивні програми напрямлені на розвиток сільських територій та фермерства, що більш властиве саме селу. Навіть якщо б не називати, що перелік програм зроблений в Україні, то можна чітко визначити децентралізовані процеси, які підтримуються цільовими державними коштами. Щодо України, то тут можна чітко вивести, що децентралізація йде не лише на рівні нормативного регулювання, а й на рівні реалізації цільових програм та проектів у регіонах.

Якщо звернутися до Державного бюджету України, то можна зазначити, що на розвиток територій у 2018 році заплановано витратити понад 37 млрд. грн. У цю суму не закладено кошти на освітню та медичну субвенції, додаткові дотації, субвенції і дотації соціального захисту населення. Більшість профільних міністерств є

головними розпорядниками і відповідальними виконавцями бюджетних програм, бенефіціарами яких є регіони [1].

Окрім цієї проблеми, досить нагальною є існуючі механізми проведення конкурсів та тендерних закупок. Наприклад, виходить конкурс для регіонів, який напрямлений на вирішення соціолого-економічних проблем регіонів. Певна громада «А» вирішує підготувати проект, який пов'язаний із ремонтом дорожнього покриття, щоб у майбутньому використовувати це покриття логістичним каналом для місцевого бізнесу. Підготовка такого проекту з усіма можливим техніко-економічним обґрунтуванням, технічними описами, аналізом бізнес-середовища з точки зору перспективності такого проекту і т.д. займає близько 4–5 місяців. Потім ще час подання заявок, засідання конкурсних комісій і т.д. займає, надзвичайно велику кількість часу. Абсурдно, але іноді час розгляду проекту переважає час підготовки та реалізації проекту. А після цього, як у випадку з коштами з держбюджету, розпочинається тендер, який сьогодні є предметом прискіпливої уваги як пересічних громадян, так і правоохоронних органів, що іноді, навіть осіб без корупційних намірів, відштовхує та лякає. Окрім цього, механізм розгляду тендеру та проведення конкурсу цінових пропозицій є досить важким, оскільки потребує глибокої аналітики кожного учасника конкурсу та розгляду технічних деталей процесу. Усі вищезазначені явища та інші явища призводять до розтягування процесу проведення конкурсу та іноді до того, що проект просто перестає бути актуальним за тих чи інших причин. Тому інколи є доцільним вводити систему «закупівельних канікул», які дозволять переможцям реалізувати проект вчасно і без додаткових матеріальних та людських витрат. Звичайно ж корупційний складник таких проектів є досить високим, тому для них доцільним є розроблення власної системи антикорупційного регулювання.

Варто зазначити також варіації категорій грантоотримувачів, які існують в Україні. Існує сім категорій учасників конкурсу та максимальний розмір державного гранту відповідно до категорії:

- 1-а категорія – представницькі органи сіл, селищ; максимальний розмір гранту – 200 тис. грн.;
- 2-а категорія – представницькі органи міст, районів, районів у містах із населенням до 50 тис. жителів; максимальний розмір гранту – 400 тис. грн.;
- 3-я категорія – представницькі органи міст, районів, районів у містах із населенням від 50 тис. до 100 тис. жителів; максимальний розмір гранту – 800 тис. грн.;
- 4-а категорія – представницькі органи міст, районів, районів у містах із населенням від 100 тис. до 1 млн. жителів; максимальний розмір гранту – до 1,5 млн. грн.;

– 5-а категорія – представницькі органи міст з населенням понад 1 млн. жителів, областей; максимальний розмір гранту – до 2 млн. грн.;

– 6-а категорія¹ – представницькі органи, створені жителями населених пунктів (органи самоорганізації населення, що є юридичними особами та мають казначейський рахунок); максимальний розмір гранту – до 100 тис. грн. Ця категорія Учасників нова для Конкурсу. Тому в поточному році до участі у Конкурсі допускаються органи самоорганізації населення з двох таких груп: комітети міських мікрорайонів із населенням не менше 2 000 осіб; комітети сільських населених пунктів, що не мають органів самоврядування;

– 7-а категорія – міжмуниципальні Проекти – спільні Проекти (програми) декількох територіально прилеглих органів місцевого самоврядування. Максимальний розмір гранту визначається за категорією органу місцевого самоврядування, що охоплює території усіх учасників міжмуниципального Проекту з урахуванням кількості жителів, що проживають у громадах, охоплених міжмуниципальним Проектом [3].

В умовах конкурсу програма – це розгорнутий документ, що опрацьовує в масштабах конкретної території (району, міста, регіону), всю сукупність умов, необхідних для оптимізації життєзабезпечення. Як правило, це група пов'язаних та взаємозалежних проектів, що розробляється і виконується відповідно до вимог установлених конкурсом.

Грант – це кошти, що надаються на безповоротній основі некомерційним організаціям або фізичним особам на реалізацію соціальних проектів, благодійних програм, на проведення досліджень, навчання, на інші суспільно корисні цілі зі звітом про їх використання та результати зміни ситуації [5]. Гранти надаються безкоштовно і без повернення. В умовах конкурсу йдеться про державні гранти органам місцевого самоврядування на реалізацію їх програм (проектів). У такому разі згідно із рішенням Кабінету Міністрів України з державного бюджету місцевим бюджетам надається субвенція на фінансування програм (проектів), які визначені переможцями конкурсу.

Основними вимогами до формування проектів регіонального розвитку та проходження Конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування є чітке його дотримання учасниками правил, визначених нормативно-правовою базою [2].

Процедура розроблення, погодження, затвердження та виконання державної цільової програми показана на рис. 1.

Ознайомившись із багатьма джерелами та аналітичними дослідженнями, провівши власне

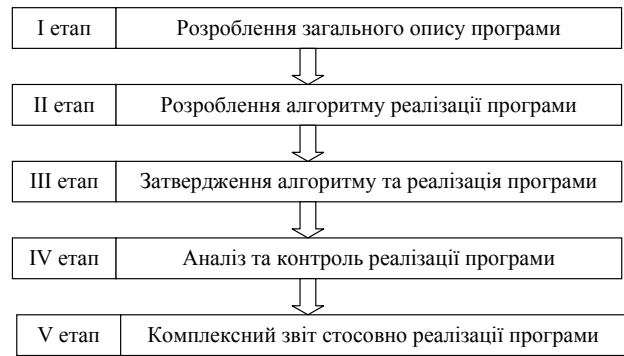


Рис. 1. Схема розроблення, погодження, затвердження та виконання регіональних програм (проектів)

спостереження та дослідження, можна виділити певний перелік кроків, які варто виконати задля підвищення якості підготовки проектів та покращення показників ефективності використання державних й грантових коштів у майбутньому. Можна виділити такі кроки:

1) розробити чітку та універсальну методологію підготовки програм (проектів). Це допоможе легше та краще готувати проекти їх ініціаторам, а конкурсним комісіям працювати у більш рівномірному та врегульованому середовищі й приймати більш зважені рішення;

2) формування самостійного та незалежного українського простору (зокрема онлайн), оскільки це дозволить створити більш сприятливе середовище для свої громадян;

3) варто розробити узгоджену стратегію міжрегіональної взаємодії, оскільки зараз нагальним є питання єдності регіонів України як у політичному, так і у економічному напрямі;

4) оптимізувати алгоритм видання грантів від Державного фонду регіонального розвитку з прицілом не на загальнодержавну стратегію Фонду, а на стратегії регіонального розвитку окремих регіонів, які стануть отримувачами вигоди;

5) гроші, які регіон не використає через відсутність проектів, мають переходити на наступний рік і перерозподілятися серед усіх інших регіонів у відповідних відсотках;

6) запровадити ідентифікацію усіх об'єктів, що створені або реконструйовані за рахунок коштів Державного бюджету України;

7) здійснити моніторинг виконання регіональних стратегій розвитку для їх можливого коригування чи визначення причин нереалізації;

8) запровадити конкурс на кращий проект регіонального розвитку, передбачивши при цьому надання додаткових коштів переможцеві;

9) провести інвентаризацію нормативно-правових актів, що стосуються регіонального розвитку для їх гармонізації [6].

Основними економічними показниками, що дозволяють певною мірою передбачати те, в

1 – включення нових 6-ї та 7-ї категорій Учасників та обсяги державних грантів для них розглядаються лише як пілотне впровадження в практику проведення Конкурсу.

якому напрямі слід очікувати розвитку економічних процесів, є індикатори: демографічної структури і ринку праці; територіальної структури й економіко-географічного положення; відтворювальної структури; галузевої структури; динамічних якостей регіону; економічного потенціалу і ресурсних обмежень; регіональних ринків. Проведення регіональної діагностики секторів економіки означає побудову системи індикаторів для оцінки стану регіонів, розроблення якісних і кількісних шкал для вимірювання значень цих індикаторів.

Методика проведення економічної діагностики рівня розвитку секторів економіки повинна містити комплексну оцінку рівня регіонального розвитку, а саме: аналіз функціонування економічної системи на рівні регіону за різними секторами економіки в динаміці; багатовимірний порівняльний аналіз секторів економіки; визначення тенденцій розвитку регіональних секторів економіки; встановлення міри загострення соціальних проблем.

Висновки з проведеного дослідження. Відповідно до проаналізованих даних щодо аспектів впровадження ефективних програм регіонального розвитку та системи індикаторів для оцінки стану секторів економіки, можна зробити висновки.

Стратегічним фактором розвитку держави, її регіонів та суб'єктів господарювання є підвищення якості підготовки проектів та покращення показників ефективності використання державних та грантових коштів у майбутньому. Тому діяльність органів регіонального управління необхідно спрямовувати на всебічну підтримку і розповсюдження нових технологій, які можуть відродити попит та економічний розвиток країни.

Принципи добровільності та економічної заінтересованості, що лежать в основі співвідносин між державою та суб'єктом підприємницької діяльності, визначають новий порядок задоволення регіональних потреб у дослідженнях і розробках, продуктивних та технологічних новинках, які підвищують попит на науково-технічну продукцію, що може стимулювати інноваційну активність підприємства. Саме на такий сталий і довготривалий розвиток за рахунок інновацій та покращення зв'язків між суб'єктами господарювання й державою націлені нові ефективні програми, що впроваджуються у секторах економіки.

В умовах сучасного розвитку варто розробити більш структуровані та локальні системи розподілу державних коштів, оскільки в умовах сучасного соціолого-економічного становища держбюджету України та профільним фондам досить важко створити достатній обсяг коштів для комплексного розвитку регіонів та впровадження якісних високоефективних проектів. Важливою є підготовка та опрацювання комплексної методології підготовки та реалізації проектів, що дозволить спростити життя як учасникам конкурсів, так і членам експертних рад.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна підтримка розвитку територій у 2018 році // Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України; Група радників з впровадження державної регіональної політики в Україні Програми «U-LEAD з Європою». URL: https://rada.info/upload/users_files/04345664/f79271f96e83fb7bc3bbe1c7aa4c3db2.pdf.
2. Державний фонд сприяння місцевому самоврядуванню в Україні. URL: сайт www.municipal.gov.ua.
3. Методичні рекомендації щодо підготовки проектів та програм розвитку місцевого самоврядування: (на прикладі дистанційного навчання учасників Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування) // Державний фонд сприяння місцевому самоврядуванню в Україні; Дирекція Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування. Київ. URL : Веб-сайт: www.municipal.gov.ua.
4. Тарангул Л. Оподаткування та регіональний розвиток (теорія і практика). Ірпінь: Академія ДПС України, 2003. 286 с.
5. Що таке гранти і якими вони бувають. URL: сайт <http://www.zomc.org.ua/granti-programi-stazhuvannya/yak-otrimati-grant/item/1072-shcho-take-hranty-i-iyakumy-vony-buvaiut>
6. Ефективність систем управління проектами регіонального розвитку. URL: сайт http://www.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/pepe_2017_1_14.pdf
7. Стратегія сталого розвитку. URL: сайт https://translate.google.com/translate?hl=ru&sl=uk&u=http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SD%2520Project_Ukraine_version%25203-2-1.pdf%3Fdownload&prev=search

МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ВАЖЕЛІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

THE MACROECONOMIC IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF AVIATION TRANSPORT IN UKRAINE TAKING INTO ACCOUNT STATE POLICY

Досліджено теоретичні питання макроекономічного впливу на функціонування авіатранспортного ринку. Визначено основні тенденції світового ринку авіатранспортних послуг. Проаналізовано стратегічні цілі держави у процесах формування механізмів сталого зростання транспортної галузі України. Проаналізовано мету, завдання та пріоритетні напрями реалізації Авіаційної транспортної стратегії України.

Ключові слова: макроекономіка, державне регулювання, авіаційний транспорт, транспортна стратегія.

устойчивого роста транспортной отрасли Украины. Сделан анализ целей, задач и приоритетных направлений реализации Авиационной транспортной стратегии Украины.

Ключевые слова: макроэкономика, государственное регулирование, авиационный транспорт, транспортная стратегия.

This study seeks to provide insights into the theoretical issues of macroeconomic impact on the functioning of the air transport market. The paper considers the current situation on the air transportation market in Ukraine. The author analyzed the strategic goals in the processes of formation mechanisms of sustainable growth of the transport industry of Ukraine. In-depth cases study the main goal and priority directions of implementation Aviation transport strategy in Ukraine was conducted.

Key words: macroeconomics, state regulation, aviation transport, transport strategy.

УДК 330.101.541:629.73:001.12/.18(477)(045)

Мізюк С.Г.

к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту

Національний авіаційний університет

Исследованы теоретические вопросы макроэкономического влияния на функционирование авиатранспортного рынка. Определены основные тенденции мирового рынка авиатранспортных услуг. Проанализированы стратегические цели государства в процессах формирования механизмов

Постановка проблеми. Основними суб'єктами економіки в мікроекономічній теорії є міжнародний сектор економіки, держава, виробник та споживач. Взаємодія суб'єктів економіки здійснюється через механізм функціонування конкретних ринків. Як відомо, будь-який ринок розвивається відповідно до загальних економічних законів та принципів на макрорівні та відповідно до своїх специфічних закономірностей, що утворюють суб'єкти мікрорівня. На ринку відбуваються такі процеси, що якщо їх не регулювати, то ринок перейде в стихійну неконтрольовану стадію. Це може зашкодити будь-якій національній економіці та окремим господарським суб'єктам.

Ринок транспортних послуг, зокрема авіаційних, є специфічним через те, що він виступає як самостійна частина світового ринку послуг, але й водночас як інфраструктурний елемент впливає на інші сегменти світового ринку і залежить від них. Тому додержання пропорційного та сталого розвитку системи світового ринку і міжнародного сектору економіки уможливорює регулювання та разумне контролювання процесів, що відбуваються на мікро- та макрорівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі питанням теоретичного та практичного розвитку транспортного сектору економіки приділяється багато уваги, що пов'язано з необхідністю забезпечення ефективної роботи національної транспортної системи. Т. Блудова Т. [1] і А. Новикова [2] приділяють увагу питанням інтеграції національної транспортної системи до європейської, розвитку транзитного потенціалу країни, О. Ложачевська – управлінню організаційно-еко-

номічним розвитком транспортного комплексу регіону [3], І. Садловська – формуванню стратегії економічного розвитку авіатранспортних підприємств [4], І. Мягих – проблемі розвитку авіатранспортних підприємств [5], С. Мізюк – проблемам ефективності системи економічної безпеки авіатранспортних підприємств [6], Мізюк В. – формуванню економічного механізму забезпечення авіаційної безпеки авіатранспортних підприємств [7], І. Геєць – стратегічному розвитку авіакомпанії [8], К. Михайличенко – стратегіям розвитку транспортних систем [9].

Зараз є нагальна потреба в дослідженні сучасних підходів щодо державної політики в авіатранспортному секторі в Україні для забезпечення сталого та ефективного його розвитку в умовах вкрай нестабільного внутрішнього та зовнішнього середовища.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення стратегічних цілей та пріоритетів державної політики стосовно розвитку українського ринку авіатранспортних послуг як основи для стабілізації та подальшого розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна економіка характеризується постійними технологічними інноваціями, мобільністю засобів виробництва. Повітряний транспорт є основним засобом поширення міжнародної торгівлі та економічно ефективного розповсюдження товарів.

Авіаційний транспорт в економіці кожної держави займає важливе місце. Значення його постійно зростає, що обґрунтовано як технологічним розвитком і новітніми розробками в авіаційній

галузі, так і глобалізацією та розвитком ділових і культурних зв'язків між різними країнами світу.

Авіаційному транспорту натепер притаманні такі світові тенденції:

- глобалізація трансконтинентальних авіаційних перевезень у межах потужних світових альянсів;
- зростання ролі дешевих («лоу-кост») авіаперевезень для прямих міжрегіональних сполучень;
- підвищення рівня безпеки авіаційного транспорту, посилення заходів захисту авіації від актів незаконного втручання;
- розвиток мультимодальних транспортних технологій та інфраструктурних комплексів під різні види транспорту, інтероперабельність;
- висока технологічна складність транспортних засобів та енергомічність, розвиток інтелектуальних транспортних систем, застосування інформаційних та електронних технологій, засобів супутникової навігації;
- підвищення доступності авіаперевезень для населення, розвиток міжнародного авіатуризму, міграція трудових ресурсів у більш віддалені регіони світу [10].

Сьогодні ринок авіаційних перевезень України починає своє відродження після періоду спаду активності протягом останніх декількох років.

Авіаперевезення в Україні у 2017 році здійснювали 32 вітчизняні авіакомпанії, якими виконано 93,0 тис. комерційних рейсів (на 17 відсотків більше порівняно з 2016 роком). Дев'ятнадцять авіакомпаній здійснюють пасажирські перевезення, шість із яких («Міжнародні авіалінії України», «Азур Ейр Україна», «Роза вітрів», «Браво» та ін.) виконують 85 відсотків загальних обсягів пасажирських перевезень. Між Україною та країнами світу регулярні польоти здійснюють 10 вітчизняних авіакомпаній до 42 країн світу та 28 іноземних авіакомпаній до 27 країн світу. Регулярні внутрішні пасажирські перевезення виконують 5 вітчизняних авіакомпаній між 9 містами України, перевезено 930,9 тис. пасажирів, що на 17,6 відсотка більше порівняно з 2016 роком.

Станом на початок 2018 року в Україні діє 66 міждержавних угод, які регулюють повітряне сполучення з іншими країнами світу. Аналіз цих угод свідчить про те, що 33,4 відсотка – це повністю лібералізоване сполучення (приклад: США, ОАЕ, Греція, Іспанія, Італія, Польща та ін.). Угоди, за якими зняті обмеження щодо кількості українських перевізників, – 77,3 відсотка.

За статистичними даними, кількість перевезених пасажирів у 2017 році збільшилася порівняно з попереднім роком на 27,5 відсотка та становила 10 555,6 тис. чоловік. Обсяги перевезень вантажів та пошти зросли на 11,4 відсотка та становили 82,8 тис. тонн. Пасажиропотоки через аеропорти України зросли на 27,6 відсотка та становили

16 498,9 тис. чоловік. За 2017 рік кількість обслугованих польотів становила 254 тис., що на 18,5 відсотка більше порівняно з 2016 роком [11].

Ринок авіапослуг складається не тільки з перевізників, що здійснюють сполучення між різними країнами, а й із транспортних терміналів (аеропортів та аеродромів), які є місцем перетину цих сполучень.

Комерційні рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній упродовж 2017 року обслуговували 20 українських аеропортів та аеродромів.

За статистичними даними, кількість відправлених та прибулих повітряних суден становила 159,9 тисяч, що на 20 відсотків перевищує показник попереднього 2016 року. Поштовантажопотоки збільшилися на 21,9 відсотка та становили 52,3 тис. тонн [11].

В Україні найбільшим та найпотужнішим авіатерміналом є ДП «Міжнародний аеропорт Бориспіль». Він забезпечує понад 67 відсотків авіаційних пасажирських перевезень України й обслуговує понад 10 млн. пасажирів на рік Аеропортом «Бориспіль» завдяки запровадженню «хабової» стратегії розвитку, яка передбачає залучення трансферного пасажиропотоку, досягнуто зростання кількості обслугованих пасажирів порівняно з 2016 роком на 22,1 відсотка.

Високі темпи приросту пасажиропотоків зафіксовано в провідних аеропортах: «Київ (Жуляни)» (64,2 відсотка), «Львів» (46,3 відсотка), «Харків» (34,7 відсотка), «Запоріжжя» (26,5 відсотка), «Одеса» (18,8 відсотка), а також у регіональних аеропортах, таких як «Кривий Ріг» (у 3,7 раза), «Чернівці» (в 3,5 раза), «Вінниця» (78,6 відсотка) та «Херсон» (64,7 відсотка). Серед провідних аеропортів лише в аеропорту «Дніпропетровськ» мало місце скорочення пасажиропотоку (на 2,8 відсотка).

Варто відмітити, що 98 відсотків загальних пасажиропотоків та поштовантажопотоків сконцентровані в 7 провідних аеропортах: «Бориспіль», «Київ (Жуляни)», «Одеса», «Львів», «Харків», «Дніпропетровськ» та «Запоріжжя». При цьому частка головного аеропорту країни «Бориспіль» в загальному обсязі пасажирських перевезень скоротилася з 67 відсотків у 2016 році до 64 відсотків у 2017 році за рахунок збільшення частки аеропортів «Київ (Жуляни)», «Львів» та «Харків».

Протягом останніх років розвиток світової цивільної авіації має також стійку тенденцію до зростання. Крім загальних глобалізаційних процесів та явищ, що стихійно відбуваються на ринку авіатransпортних послуг, спостерігаються наслідки реалізації макроекономічного (державного) впливу на ці процеси для гармонізації та ефективності авіасполучень. Державна політика регулювання авіатransпортної діяльності в країнах із розвиненою ринковою економікою спря-

мована на створення оптимального поєднання регулюючих і ринкових сил з метою пом'якшення загострення економічних і соціальних суперечностей на ринку транспортних послуг, а також на надання прогресивного характеру розвитку галузі в країнах.

За характером впливу на господарські суб'єкти державне регулювання економіки поділяється на дві форми: пряме та непряме (опосередковане). Пряме регулювання – це вплив держави на економічні процеси за допомогою безпосереднього використання відповідних регуляторів. Непряме регулювання економіки – це вплив держави на господарську діяльність через внесення відповідних змін в умови функціонування ринкового механізму. Воно досягається за допомогою правових та економічних інструментів. Застосовуючи ці інструменти, держава безпосередньо нічого не змінює в ринковому механізмі, а створює лише передумови для цих змін.

Державне регулювання базується на певній системі засобів впливу на ринок. Одним із таких засобів є стратегічне планування на макрорівні.

Стратегія ЄС стосовно розвитку транспортного сектору викладена в Білій Книзі, яка орієнтована насамперед на внутрішні потреби країн Європи [12]. Вона полягає у створенні найкращих умов для реконструкції транспортної системи у більш конкурентоспроможну та ресурсоефективну систему шляхом формування мультимодальної Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T). Задля блага всіх громадян, економіки і суспільства потрібно зробити європейську транспортну систему ресурсоефективною, економічно ефективною, фінансово стійкою, безпечною та екологічно дружньою. Згідно зі стратегічними положеннями, визначеними Білою книгою, на порядку денному стоїть 10 масштабних завдань поступового зникнення з вулиць міст автомобілів на звичайному пальному до 2050 р., 50-відсоткової переорієнтації пасажирських перевезень середньої дальності, вантажних перевезень середньої дальності та вантажних перевезень далекого сполучення з автомобільного на інші види транспорту з метою скорочення викидів вуглекислого газу на 60 відсотків та відповідного зменшення нафтозалежності.

Зважаючи на вищевикладене, можна зазначити, що для України дуже важливим є прийняття національної транспортної стратегії, яка в умовах конкурентної боротьби держав за міжнародне транс-логістичне домінування забезпечить реалізацію своїх національних інтересів у європейському просторі. Тому натеper потрібні систематизуючі дії з метою створення умов для формування механізмів подальшого сталого зростання авіатранспортної галузі України.

Зважаючи на інтенсивне зростання пасажирота вантажопотоків та на транспортну стратегію

ЄС, Міністерством інфраструктури України була розроблена «Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року», що презентована у квітні 2018 року, в якій визначено п'ять пріоритетів стратегічного розвитку транспорту України:

- ефективність державного управління транспортним сектором;
- надання якісних послуг із перевезень;
- забезпечення стабільного фінансування транспортної галузі;
- підвищення безпеки та надійності перевезень;
- поліпшення міської мобільності та регіональної інтеграції України [10].

Якщо згадати теорію стратегічного менеджменту, то маємо визначення, що стратегічне планування – це сукупність дій та рішень, які використовує керівництво для сприяння розробленню специфічних стратегій для досягнення цілей організації. Або стратегія – це визначення перспективних орієнтирів діяльності організації (будь-якого рівня) на основі оцінювання її потенційних можливостей і прогнозування розвитку зовнішнього середовища.

Досліджуючи основні положення стратегічного розвитку транспорту України, що зазначені в Національній стратегії, можна дійти висновку, що пріоритети розвитку транспортної галузі країни не досить чітко сформульовані, мають дуже загальний, концептуальний характер та потребують уточнення. Через це в Національній стратегії бракує конкретних дій та рішень для її успішної реалізації.

Для розвитку авіаційних перевезень та підвищення рівня їх доступності для населення у квітні 2018 року Міністерством інфраструктури України був розроблений та виставлений на обговорення проект Постанови Кабінету Міністрів України «Авіаційна транспортна стратегія України на період до 2030 року», визначено проблеми, які потребують розв'язання:

- низький рівень лібералізації міжнародних повітряних сполучень;
- недостатній рівень конкуренції та невідповідність європейським вимогам доступу до ринку авіатранспортних послуг;
- висока собівартість авіаперевезень;
- недоступність послуг авіаперевезення для більшості населення через низьку платоспроможність, а також через завищені ціни на квитки;
- нерозвинена мережа внутрішніх авіаційних перевезень та незапроваджені механізми реалізації і фінансування суспільно-важливих авіаперевезень [13].

Тому для авіатранспортного сектору економіки України, де спостерігаються позитивні тенденції динаміки росту авіаційних перевезень, було визначено основні напрями забезпечення страте-

гії розвитку цивільної авіації України. З цією метою Авіаційною транспортною стратегією передбачено такі напрями розвитку авіаційної галузі України:

1. Вдосконалення нормативно-правового та державного регулювання у сфері авіаційного транспорту;

2. Підвищення рівня безпеки авіаційного транспорту;

3. Розвиток авіаційних перевезень та підвищення рівня їх доступності для населення;

4. Розвиток та модернізація аеропортів, лібералізація доступу на ринок авіаційних послуг;

5. Розвиток мультимодальних перевезень, забезпечення швидкісного наземного транспортного сполучення між аеропортами та населеними пунктами, створення логістичних центрів та спрощення формальностей;

6. Розвиток аеронавігаційної системи;

7. Розвиток авіації загального призначення та безпілотних літальних систем;

8. Професійна підготовка кадрів, науково-дослідна робота.

Визначені напрями авіатранспортної стратегії мають зміцнити роль України як нового європейського авіатранспортного центру та забезпечити його роль у цьому регіоні.

Структура Авіаційної транспортної стратегії складається з набору проблем, що потребують розв'язання за кожним напрямом, та шляхів їх вирішення. Але ці шляхи знову сформульовані не точно, мають концептуальний характер і не дають конкретних рішень щодо подолання вищезгаданих проблем.

Позитивним у документі є розрахунок фінансового забезпечення стратегії, очікуваних результатів від її реалізації та сценаріїв впливу залучених інвестицій на економіку України. Від реалізації Авіаційної транспортної стратегії очікується досягнення таких показників:

1) зростання пасажиропотоку через аеропорти України до 2030 року – до 71,2 млн. пасажирів на рік (з розрахунку щорічного приросту пасажиропотоку – 15% до 2023, 10% – з 2023 по 2030 рік);

2) зростання частки пасажиропотоку через регіональні аеропорти – до 50% від загального обсягу;

3) збільшення частки пасажиропотоку, перевезеного авіакомпаніями лоу-кост – до 35% від загального обсягу;

4) збільшення показника кількості авіаподорожей на рік на душу населення – до 0,5–1;

5) зменшення мінімальної вартості квитка до 25–30 Євро;

6) збільшення мережі внутрішніх маршрутів утриті, міжнародних – удвічі;

7) залучення авіаційного транзитного вантажопотоку через столичні та регіональні аеропорти України;

8) створення мультимодальних комплексів у аеропортах;

9) збільшення транзитного потоку через повітряний простір України втричі;

10) зростання показника IFR movements в середньому на 5,1% щорічно до 2030 року;

11) залучення приватних інвестицій в інфраструктуру вітчизняних аеропортів – в сумі 500 млн. доларів.

Висновки з проведеного дослідження.

У проведеному дослідженні підтверджено, що один із ключових напрямів розвитку макроекономіки – встановлення способу впливу контрольованих сил на суб'єкти господарювання для стійкого їх функціонування в зовнішньому середовищі, яке динамічно змінюється. Державне регулювання є одним із таких засобів впливу на ринок авіатранспортних послуг.

Міжнародна цивільна авіація та міжнародні авіаперевезення є динамічним сектором світового господарства. Умови ринку постійно змінюються, і тому інновації, розвиток персоналу та інфраструктури можуть реалізовувати конкурентні переваги компаній та національних економік.

У дослідженні визначено, що для інтеграції українського авіаційного транспорту у світовий транспортний простір необхідно створювати відповідні умови на рівні держави. Такі вкрай важливі документи, як «Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року» та «Авіаційна транспортна стратегія України на період до 2030 року» безпосередньо є одним із ключових елементів основи економічної безпеки національної економіки. Отримані результати дослідження можуть бути використані для планування довгострокових та короткострокових заходів забезпечення авіатранспортної стратегії розвитку підприємств на мікро- та макрорівні, допоможуть транспортній галузі вийти на новий інноваційно-прогресивний рівень розвитку та бути достойним конкурентоспроможним партнером на світовому ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блудова Т. В. Транзитний потенціал України: формування та розвиток. Київ : НІПМБ, 2006. 274 с.

2. Новікова А. М. Україна в системі міжнародних транспортних коридорів. Київ : НІПМБ, 2003. 494 с. С. 78.

3. Ложачевська О.М. Управління функціонуванням та розвитком транспортного комплексу регіону. Монографія. К.: НАУ, 2002. 248 с.

4. Садловська І.П. Передумови формування стратегічних напрямів розвитку внутрішнього водного транспорту України. Зб. наук. праць ДЕУТ. Сер. : Економіка і управління. 2013. Вип. 25. С. 169–173.

5. Мягких І.М. Аналіз і оцінка інвестиційної привабливості корпорацій та формування системи

управління інвестиційними ресурсами авіаційних підприємств. Зб. наук.праць: Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. № 9. С. 62–66.

6. Мізюк С.Г. Ефективність системи економічної безпеки авіатранспортних підприємств. Проблеми системного підходу в економіці. зб.наук.праць К.: НАУ, 2014. Вип. 50. С. 147–155.

7. Мізюк В.В. Фактори формування та особливості функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення авіаційної безпеки. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр. К. : НАУ, 2010. Вип. 26. С. 258–267.

8. Геєць І.О. Стратегія виходу іноземної авіакомпанії “Continental Airlines” на ринок авіаційних перевезень. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): зб. наук. праць. К. НАУ, 2012. №. С. 34–40.

9. Михайличенко К. Транспортна стратегія у національних інтересах України. Київ : Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 2. С. 82–94.

10. Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року. URL: <https://mtu.gov.ua/projects/115/>

11. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2017 рік. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-v-galuzi-aviatransportu.html>

12. Біла книга. Європейське врядування. Комісія європейських співтовариств. Брюссель, 25.7.2001 com (2001) 428 остаточна редакція. URL: http://pravo.org.ua/files/konstatyuc/WHITE_BOOK_UKR_REV.pdf

13. Авіаційна транспортна стратегія України на період до 2030 року. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT3764.html

РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНОГО ТУРИЗМУ В МИКОЛАЄВІ DEVELOPMENT OF CULTURAL AND HISTORICAL TOURISM IN MYKOLAIEV

УДК 338.48–6:7/8–043.86 (477.73)

Обозна А.О.

к.е.н., декан факультету менеджменту і бізнесу
Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу
Київського університету культури

Мерлянов М.В.

заслужений працівник культури України,
доцент кафедри хореографії
Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв
голова Миколаївського обласного
творчого осередку
Національної хореографічної спілки
України

Гаврилова О.В.

к.п.н., старший викладач кафедри
культурології,
Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв

У статті розкрито тенденції розвитку туристично-рекреаційної сфери Миколаївської області; подано культурно-історичний потенціал цього регіону, а також показано прояви інноваційної діяльності у сфері культурно-історичного туризму.

Ключові слова: культурно-історичний туризм, аспекти культурно-історичного туризму, культурно-історичний потенціал, інноваційна діяльність.

В статье раскрыты тенденции развития туристско-рекреационной сферы Николаевской области; представлен культурно-исторический потенциал этого региона, а также показано проявление инновационной

деятельности в сфере культурно-исторического туризма.

Ключевые слова: культурно-исторический туризм, аспекты культурно-исторического туризма, культурно-исторический потенциал, инновационная деятельность.

The article reveals the development tendencies of the tourist and recreational sphere of Mykolaiv region; represents the cultural and historical potential of the region, as well as the manifestation of innovative activities in the field of cultural and historical tourism.

Key words: cultural and historical tourism, aspects of cultural and historical tourism, cultural and historical potential, innovative activity.

Постановка проблеми. Потенціал Миколаївської області має перспективу розвитку культурно-історичного та інших видів туризму, але результативно використовується лише невелика частина цих ресурсів із причини економічної кризи, ескалації військового конфлікту на сході країни й неефективності регіональної політики розвитку туризму і курортів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню розвитку туризму, інноваційної діяльності у сфері туризму присвятили свої роботи Г. Алейнікова, В. Васильєв, А. Гаврилюк, Н. Гуржій,

А. Загорюлькін, М. Ізотова, А. Клейменов, Н. Малахова, Ю. Мігущенко, В. Новіков, Т. Пінчук, М. Рега, О. Фастовець, В. Черникова та ін.

Миколаївська область є транзитною для сконцентрованого потоку туристів, які їдуть з інших областей України або Європи до Чорного моря. Ця територія завдяки рекреаційному потенціалу дає нагоду зацікавити мандрівників, створити позитивну емоцію.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження перспективи розвитку культурно-історичного туризму в Миколаєві.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Потенціал Миколаївської області має перспективу розвитку культурно-історичного та інших видів туризму, оскільки в області є «5914 нерухомих пам'яток, із них: 4490 пам'яток археології, 1199 – історії, 67 – монументального мистецтва, 145 – архітектури, 11 – садово-паркового мистецтва, 1 – ландшафтний, 1 – науки і техніки. Тридцять пам'ятників мають статус національного значення.

Під охороною держави перебувають 1356 об'єктів культурної спадщини, включених до відповідних переліків (списків): 429 археологічних об'єктів, 295 – історичних, 13 – монументального мистецтва та 619 – архітектури» [6].

У результаті спаду туристичних потоків необхідно застосовувати стратегію збереження і розвитку внутрішнього туризму в Україні загалом і в Миколаївській області зокрема.

У Миколаївській області культурно-історичний ресурс в основному представлений такими досить відомими об'єктами:

– найкращим зоопарком України, одним із найбільш відомих зоопарків після Неапольського і Монакського у Європі за різноманітністю експонатів. Особливою популярністю користується влітку, коли туристичні агентства з навколишніх курортів (Одеса, Коблеве, Лугове, Рибаківка) регулярно возять екскурсійні групи;

– архітектурними пам'ятками (Шухівська вежа, будинок купця Кроля, будинок Ерліха, будинок Грачова, будинок віце-адмірала Попандупуло, будинок Уткіна, Миколаївська міська рада, будинок Адміралтейства, колишній будинок офіцерів флоту, ротонда шахового клубу, резиденція Миколи I у Вознесенську, будинок братів Кенігсбергів, будинок з атлантами, перша трамвайна підстанція, будівля будівельного коледжу, будівля Санкт-Петербурзького комерційного банку, Маринінська жіноча гімназія, Єврейське казенне училище та ін.);

– археологічними пам'ятками (Національний історико-археологічний заповідник «Ольвія», городище Дикий Сад, пам'ятники античної Миколаївщини в Ольвії, Березанському поселенні, Вікторівці 1 (Березанського району), Кам'янці (Очаківського району) та Великій Коренисі III (Заводський район Миколаєва) та ін.). «Починаючи з XIX століття на території Миколаївської області проводилися археологічні дослідження, у результаті яких було зафіксовано понад 5 тисяч стародавніх пам'ятників (курганів, могильників, поселень, городищ). Серед них і пам'ятки світового значення – Ольвія, Дикий сад, Березань, Анетівка. Приблизно стільки ж об'єктів, стверджують археологи, ще приховані під землею і невідомі».

– пам'ятниками мистецтва (пам'ятники Потьомкіну, Святому Миколаю Чудотворцю, пам'ятники алеї адміралів (Ф.Ф. Беллінсгаузену, Г.І. Бута-

кову, В.А. Корнілову, М.П. Лазареву, П.С. Нахімову, Ф.Ф. Ушакову), адміралу С.О. Макарову, пам'ятники поетам і композиторам – О.С. Пушкіну, Т.Г. Шевченку, Н.А. Римському-Корсакову, меморіали на честь полеглих у II Світовій війні, «Скорботний ангел Чорнобиля» та ін.).

– пам'ятниками історії (Миколаївський Некрополь та ін.);

– пам'ятниками садово-паркового мистецтва (Флотський бульвар, парк Ліски, парк Перемоги, дитяче містечко «Казка», родовий маєток Скаржинських у с. Трикрати Миколаївської області та ін.);

– культурно-пізнавальними і розважальними об'єктами (театри, музеї, кінотеатри, туристичні комплекси «Золота підкова», «Кременівський страус», база відпочинку «Дубровка»);

– об'єктами етнографії (етнічні поселення національних меншин, туристичні комплекси та ін.);

– заходами релігійного та етнографічного характеру (етнофестивалі, цивільні і релігійні свята та ін.).

До рекреаційних ресурсів Миколаївщини також належать Національний природний парк «Білобережжя Святослава», Регіональні ландшафтні парки «Кінбурнська коса», «Гранітно-Степове Побужжя», «Тилігульський», «Приінгульський» тощо.

Зупинимось більш детально на Миколаївському зоопарку. Зоопарк у Миколаєві – це головна визначна пам'ятка міста. Щорічно його відвідують десятки тисяч туристів, адже він вважається найкращим зоопарком країни. Зоопарк у Миколаєві можна сміливо називати візитною картою міста, адже це найвпізнаваніша і найпопулярніша серед туристів пам'ятка.

Миколаївський зоопарк, Миколаївський Акваріум-Зоосад, Акваріум Леонтовича – як би він не називався протягом своєї історії – завжди був одним із найцікавіших екскурсійних об'єктів міста. І завжди він відзначався не лише колекцією цікавих рідкісних тварин, а й рослинами на своїй території [1].

Зали старого акваріума були прикрашені великими вазонами з рідкісними (на той час, понад 100 років тому – особливо рідкісними) рослинами. Подвір'я старого зоопарку з великими тінистими деревами, з декоративними ставками було одним із місць, де миколаївці і гості міста могли не лише ознайомитися з представниками фауни, але і відпочити в комфортних умовах [2].

Миколаївський зоопарк до 1925 р. знаходився в будинку Леонтовича на вулиці Адміральській, з 1925 р. був розширений, з 1978 р. знаходиться на новому місці – поряд із Центральним автовокзалом. Зараз зоопарк розташований на площі Миколи Леонтовича і займає територію 19 га.

У цьому унікальному куточку природи зібрана найбільша колекція диких тварин в Україні. Вона нараховує 454 види, 4646 екземплярів тварин.

Багатьох тварин із колекції зоопарку в Україні можна побачити тільки тут. 228 видів занесені у Всесвітню Червону книгу й Червону книгу України.

На території сучасного зоопарку силами співробітників зоопарку було створено ландшафтний дендропарк, який налічує декілька тисяч екземплярів дерев, чагарників, квітів тощо. На території зоопарку створено ландшафтні композиції, клумби, декоративні ставки, які прикрашають чудові куточки зоопарку і є місцями комфортного та приємного відпочинку. Серед них особливо популярні у зоопарку, звичайно ж, декоративні рослини. Адміністрація зоопарку створює анонси щодо цвітіння деяких декоративних рослин на сайті зоопарку і на сторінках у соціальних мережах, привертаючи увагу відвідувачів.

Таким чином, можна стверджувати, що створення дендропарку, розміщення на території зоопарку великої кількості декоративних рослин не тільки створює умови для більш якісного і комфортного відпочинку, не тільки виконує просвітницьку роль, а й відіграє значну роль у залученні більшої кількості відвідувачів до Миколаївського зоопарку.

Проблемними питаннями розвитку туристичної галузі Миколаївської області є: недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази у сфері туризму; недостатня кількість якісних туристичних продуктів на туристичному ринку; низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури; низька якість сервісу і невідповідність стандартам засобів розміщення; недостатня інженерна інфраструктура на туристично-рекреаційних територіях (відсутність водопостачання і водовідведення, незадовільний стан доріг і відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів тощо); незадовільний стан пам'яток історико-архітектурної спадщини, які можуть бути задіяні у сфері туризму; відсутність взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні [6]; знищення – «розорення» археологічних пам'яток. За словами заступника директора ДП «НДЦ-Лукомор'я» Інституту археології НАН України Олександра Смирнова, «якщо грабіжницькі роботи можуть привести до того, що ми втрачимо Вікторівку, то сільгоспроботи можуть привести до втрати унікального об'єкта археології римського часу» [7].

Для розвитку туристичної індустрії загалом і культурно-історичного туризму зокрема мінімально необхідно:

- створити регіональний туристично-інформаційний центр;
- створити і просувати туристичну символіку і бренди Миколаївської області;
- розмістити інформаційні покажчики поблизу туристичних об'єктів;

- розвинути зовнішню туристичну політику регіону за допомогою участі в міжнародних спеціалізованих туристичних виставках;

- розвинути привабливий імідж Миколаївської області;

- створити сучасну інфраструктуру відпочинку і дозвілля засобами залучення вітчизняних та іноземних інвестицій;

- впроваджувати інноваційні форми роботи – зміни в продуктах, маркетингу, організації та управлінні.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» зазначається, що «інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери;

- інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг;

- інноваційний продукт – результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим цим Законом;

- інноваційна продукція – нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам, встановленим цим Законом;

- інноваційний проект – комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції» [8].

«Інновація (за В. Новіковим) – кінцевий результат упровадження нововведення з метою отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, затребуваного суспільством. Іншими словами, інновація – це конкретний результат будь-якої творчої, пов'язаної з ризиком діяльності, яка забезпечує просування і впровадження на ринок нових, істотно відмінних від попередніх, благ, що більш повно задовольняють потреби; відкриття й освоєння нових ринків або досягнення інших конкретних цілей» [9].

У сфері культурно-історичного туризму інноваційна діяльність проявляється через використання:

- нових туристичних продуктів, програм і проєктів, а також суміжних послуг;

- туристичних ресурсів у новому ракурсі (наприклад, Futures International Capital Kite Festival of Ukraine, Миколаївська область, с. Трихати);

- сервісних інновацій – «нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які часто спільно змінюють пропозицію

послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми» [10];

- нових технологій у виробництві туристичних продуктів (наприклад, 3D-тур по музеях України під відкритим небом, електронних систем бронювання у готелях, продажу авіаквитків, управління інфраструктурою готелю; використання QR-кодів; впровадження ІКТ-технологій; проекційних і голограмних зображень тощо);

- нових туристично-рекреаційних територій;

- сучасних підходів у маркетингу та менеджменті туристичних послуг (наприклад, Е-комерція, створення віртуальних турагентств);

- нових ринків збуту туристичних продуктів (наприклад, розроблення спеціальних туристичних продуктів для окремих груп споживачів) та ін.

Необхідно враховувати, що інноваційна діяльність у туристичній сфері спрямована на створення нового продукту, на вдосконалення суміжних послуг або на зміну наявного туристичного продукту відповідно до потреб цільової аудиторії. Під час впровадження інновацій в туризмі слід враховувати загальну економічну ситуацію в країні й особливості законодавства.

З огляду на те, що Миколаїв є індустріальним містом, а сьогодні у всьому світі популярний індустріальний туризм, вважаємо це перспективним напрямом регіонального туризму, який варто розвивати в Миколаєві.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток туризму передбачає використання культурної спадщини та природних ресурсів, тому пильну увагу слід приділити збереженню та відновленню цих об'єктів, профілактиці та мінімізації негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє природне середовище. Основу регіональної політики в галузі туризму мають становити такі чинники, як:

- модернізація і реконструкція об'єктів культурної спадщини, державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України;

- підтримка в належному стані природно-рекреаційних ресурсів;

- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів;

- залучення коштів підприємницьких структур для розвитку інфраструктури туризму (дороги, зв'язок, послуги сервісу, побутові послуги та ін.);

- організація зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон;

- розроблення нових туристичних маршрутів, екскурсій, створення нового туристичного продукту;

- створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, активного та ін.);

- випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу;

- організація та проведення у м. Миколаєві міжнародних виставок, ярмарків, фестивалів, конкурсів та інших заходів, а також організація участі миколаївських підприємств у аналогічних заходах за кордоном з метою залучення до міста іноземних туристів;

- підготовка кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

Робота в цих напрямках дасть можливість розвивати регіональний туризм, який максимально задовольнить потреби населення, створить передумови для залучення іноземних інвестицій, сприятиме ефективному туристичному обміну та зміцненню іміджу міста.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зелений Миколаїв: шлях в майбутнє : матеріали Х Миколаївських міських екологічних читань «Збережемо для нащадків». Миколаїв, 1–2 листопада 2017 р. / Управління екології департаменту ЖКГ Миколаївської міської ради, Міський центр екологічної інформації та культури [та ін.]; уклад. І. Б. Чернова. Миколаїв : СПД Румянцева Г. В., 2017. 110 с.

2. Сайт Миколаївського зоопарку. URL: <http://zoo.nikolaev.ua/>.

3. Соціально-економічне становище Миколаївської області (повідомлення для засобів масової інформації) / [відп. за вип. М.О. Григорчук]. М.: Головне управління статистики у Миколаївській області, 2017. 11 с.

4. Сучасні проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі: збірник наукових праць. – Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2017 118 с. С. 12

5. Топчий, В. Вокруг света за полдня: путешествие по Николаевскому зоопарку / В. Топчий. К., 2016. 96 с.

6. Програма розвитку туризму та курортів у Миколаївській області на 2016–2020 роки. Рішення обласної ради 10 червня 2016 року № 6. URL: <http://mk-oblrada.gov.ua/index.php/2015-08-20-12-19-35/2015-09-02-15-29-18>. – Назва з екрана.

7. Грабительские раскопки могут привести к уничтожению античных памятников, расположенных на территории Николаевской области. URL: <http://nikcenter.org/newsItem/31977>. – Название с экрана.

8. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. – Назва з екрана.

9. Новиков В. Инновации в туризме / В. Новиков. URL: <http://www.infotour.in.ua/novikov21.htm>. – Назва з екрана.

10. Van Ark B., Broersma L. and den Hertog, P. (2003) Services Innovation, Performance and Policy: A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services, DIALOGIC and Innovation studies, Utrecht University.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE FORMATION OF INNOVATIVE INFRASTRUCTURE IN A GLOBALIZING ENVIRONMENT

У статті розглянуто концепції формування інноваційної інфраструктури. Проаналізовано особливості кожного підходу. Визначено основні теоретичні засади інноваційної екосистеми. Розглянуто особливості розвитку інноваційної інфраструктури в розвинутих країнах.

Ключові слова: інноваційна інфраструктура, інноваційна екосистема, інноваційна діяльність, концепції розвитку, глобалізація.

В статье рассмотрены концепции формирования инновационной инфраструктуры. Проанализированы особенности каждого подхода. Определены основные теоретические основы инновационной экосистемы. Рассмотрены особенности развития инно-

вационной инфраструктуры в развитых странах.

Ключевые слова: инновационная инфраструктура, инновационная экосистема, инновационная деятельность, концепции развития, глобализация.

The article deals with the concepts of the formation of innovation infrastructure. The peculiarities of each approach were analyzed. The basic theoretical foundations of the innovation ecosystem were determined. Features of development of innovative infrastructure in developed countries were considered.

Key words: innovation infrastructure, innovative ecosystem, innovative activity, development concepts, globalization.

УДК 330.34

Рехтета І.І.

аспірант

Миколаївський національний
університет імені В.О. Сухомлинського

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світового господарства характеризується посиленням процесів глобалізації, які впливають на систему міжнародних економічних та соціально-культурних відносин, трансформують напрями і визначають тенденції розвитку національних економік. З огляду на ці тенденції високорозвинені країни світу вже переорієнтовують науково-технічну політику на інноваційну. Безумовно, інновації є ключовою точкою зростання і суттєво впливають на структуру, характер виробництва та підприємництва. Проте варто підкреслити, що вони стають джерелом розвитку лише за умови їх активного й ефективного використання, а також наявності сприятливого середовища для їхнього впровадження, а саме інноваційної інфраструктури. Тому одними із найбільш актуальних питань, що постають сьогодні перед вітчизняними вченими, є досконале визначення напрямів, методів і принципів забезпечення інноваційного розвитку України в умовах глобалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями теоретичних та практичних положень формування й особливостей розвитку інноваційних екосистем протягом останніх років займалися багато зарубіжних науковців, таких як Й. Шумпетер, Г. Менш, Р. Фостер, Б.О. Лундвал, Е. Хіппель, Г. Хамел, Г. Чесбро, М. Портер, О. Солвел, Г. Іцковіц, Л. Лейдесдорф. Серед вітчизняних дослідників слід відзначити М. Кондратьєва, Л.І. Федулова, О.С. Марченко, Г.І. Лановську тощо.

Незважаючи на вагомий внесок учених у розроблення теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо створення та впровадження інститутів інноваційної інфраструктури, основні особливості та принципи формування середовища розвитку інноваційної екосистеми недостат-

ньо обґрунтовані і потребують подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття сутності теоретико-методологічних засад формування інноваційної інфраструктури, визначення принципів впровадження, дослідження особливостей розвитку вітчизняних та зарубіжних інноваційних екосистем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впродовж десятиліть інноваційна економіка розвивається в різних країнах як основна рушійна сила прогресу у світі. Успіх наукових парків мотивував країни у всьому світі сприяти об'єднанню високотехнологічної галузі в парки. Розвиток цих наукових парків сприяє регіональному та економічному зростанню, прикладами яких є Силіконові долини в США, Кембриджський науковий парк у Великобританії, крім парків, що знаходяться в Росії, Ізраїлі, Індії, Тайвані, Японії, Кореї та Китаї. Наукові парки Чжунгуаньцунь у Пекіні, Наукове містечко Дедок в Кореї та Науковий парк Сінчжу на Тайвані всесвітньо визнані за їх зв'язок з державною політикою та державною підтримкою. Крім того, безперервні інновації та розроблення екосистем були визначені як найважливіші рушійні фактори для галузей, які конкурують та процвітають під час інтенсивних глобальних змагань. Оскільки наукові парки та інноваційна політика, як правило, приймаються державними органами, для оцінки політики необхідна загальнодержавна макроекономічна підтримка, і екосистема повинна розглядатися як важливий компонент національної або регіональної економіки [1]. Співпраця між урядом, науковою сферою та промисловістю вимагає системної перспективи.

Вітчизняна інноваційна екосистема знаходиться ще у стадії формування, тому важливо

розглянути фактори впливу на розвиток інноваційної інфраструктури (рис. 1). Усі фактори в Україні недостатньо розвинені. Відповідно до даних статистики, кількість науковців неупинно знижується. Україна витрачає менше одного відсотка від внутрішнього валового продукту на виконання наукових та науково-технічних робіт. Щодо промислової структури, то у 2017 р. частка підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, становила лише 16,2% [2].

Інноваційну інфраструктуру (рис. 2) можна визначити як синергію держави, підприємницького та дослідницького середовища з використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів і запровадження механізму передачі знань з метою трансформації в інноваційні продукти [3]. Варто розглянути основні концепції її формування.

Основоположником теорії інновацій визнається в усьому світі австрійський економіст Йозеф Шумпетер, який на початку ХХ ст. дав пояснення економічних коливань у довгостроковому періоді, пов'язаних із технічними нововведеннями й удосконаленнями, а також із залученням у виробництво нових ресурсів та освоєнням нових територій.

Й. Шумпетер довів, що процес упровадження нововведень протікає нерівномірно, для нього характерні скачки і ривки. Як тільки один підприємець-новатор долає технологічні та фінансові труднощі і відкриває нові шляхи отримання прибутку, інші відразу ж ідуть за ним.

У кінці такого періоду процвітання національна економіка починає переживати депресію, а отримання прибутку надалі стає складним, норма рен-

табельності значно падає. Багато учасників ринку не витримують конкуренції та не повертають кредити. Відбувається тимчасовий спад. У підсумку встановлюється новий рівноважний кругообіг ресурсів. При цьому економіка не повертається до колишнього стану рівноваги. Виробництво знаходиться на новому рівні розвитку, змінюються склад і якість продуктів, вироблених суспільством. Таким чином, Й. Шумпетер описав варіанти циклічних змін ділової активності, які відомі як фази процвітання, спаду, депресії та поживлення, і вважав, що новаторська діяльність є основним чинником, що викликає динамічні зміни хвильового характеру в економіці, тобто її розвиток [4].

Важливою теорією інноваційного розвитку промисловості була неокласична теорія нововведень, представниками якої є Г. Менш і Р. Фостер. Г. Менш розробив свою класифікацію нововведень. Він виділяв базисні нововведення; нововведення, що поліпшують, псевдоінновації. Базисні інновації Менш поділив на технологічні (створюють нові ринкові сегменти) і нетехнологічні (управлінські та інші нововведення).

Як і його попередники, Менш оперує двома категоріями: «базисна інновація» та «інновація удосконалення», але він робить їх центральними у своїх дослідженнях. Учений вважав, що саме базисні інновації – єдиний ефективний антикризовий захід, що і пояснює інноваційний бум на фазі депресії у «хвилях Кондратьєва». Менш наголошував на необхідності розроблення ефективного механізму державної інноваційної політики, яка повинна регулювати не лише економічну, але й науково-технічну, соціальну сферу. Крім того, вче-

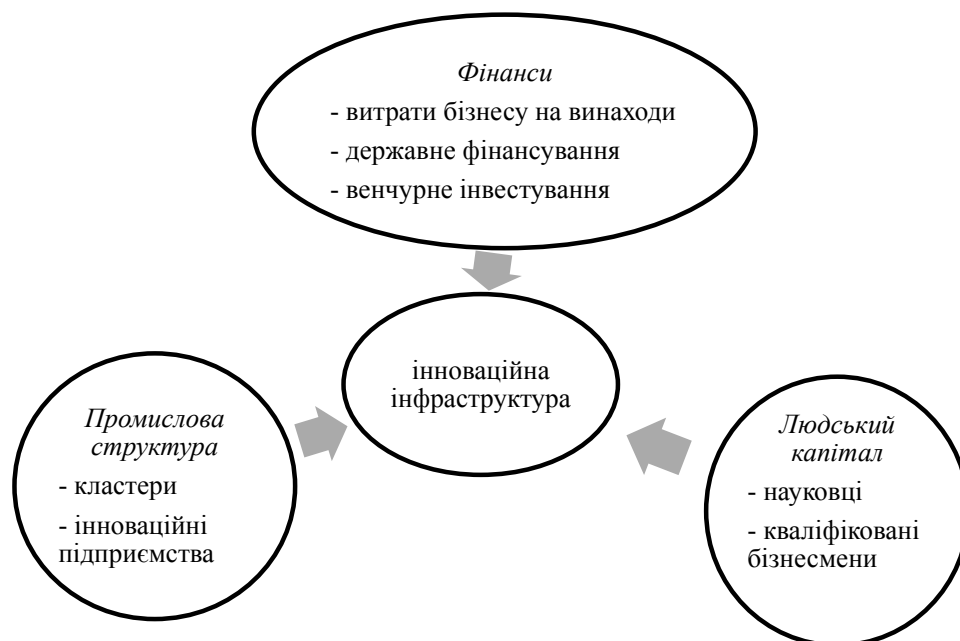


Рис. 1. Фактори впливу на розвиток інноваційної інфраструктури

Джерело: розроблено автором

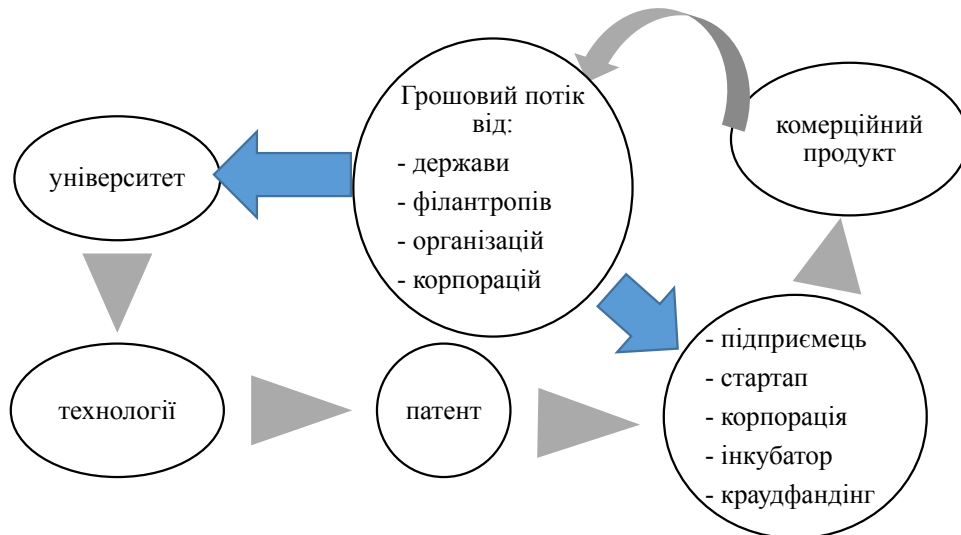


Рис. 2. Елементи інноваційної інфраструктури

Джерело: розроблено автором

ний наголошував на визначальній ролі середнього бізнесу як рушійної сили інноваційного розвитку промисловості. За Меншем, економічна криза є ознакою того, що наявні базисні інновації вже неефективні, потрібні нові.

Р. Фостер у своїй праці «Оновлення виробництва. Атакуючі виграють» (1985 р.) виявив закономірності інноваційного розвитку промисловості і можливості його прогнозування. Для аналізування цих тенденцій здійснення управління інноваційним розвитком промисловості необхідне залучення наукових кадрів, проведення наукових досліджень. Згідно з Фостером, основний фактор виникнення кризових явищ – недооцінювання управлінцями ролі і значення інновацій через свою інертну поведінку.

Авторами концепції формування технологічних систем і дифузії нововведень Фріменом, Кларком і Суїте введено в економічну науку категорію «технологічна система». На їхню думку, технологічна система – це система взаємозалежних груп технічних і соціальних нововведень [5]. Рівень економічного росту є похідною від рівня розвитку технологічної системи. Крім того, рівень розвитку технологічних систем диференціює країни, регіони за рівнем економічного розвитку. У межах цієї концепції економічне зростання сприймається як результат появи нових галузей.

Б.О. Лундвал розробив концепцію національних інноваційних систем. Згідно з положеннями Лундвала, технологічна взаємодія фірм у процесі розроблення технологій значно частіше реалізується усередині країни й визначається особливостями її інституціональної структури. Навіть в умовах глобалізації й активної взаємодії з компаніями інших країн інноваційний процес зберігає тісні зв'язки з

національними системами. Науковець акцентував увагу на інституціональному контексті інноваційної діяльності, підкреслюючи, що НІС становлять свого роду мережу інституціональних структур у державному і приватному секторах економіки, активність і взаємодія яких ініціює, створює, модифікує та сприяє дифузії нових технологій.

Згідно з концепцією інновацій, ініційованих користувачами, Еріка фон Хіппеля, споживачі (користувачі) виступають генераторами й (або) розроблювачами інноваційних ідей. Під користувачами-інноваторами зазначений автор розуміє індивідуумів і фірми, що розраховують за допомогою інновацій вирішити певні проблеми й отримати переваги від використання інноваційного дизайну, продукту або послуги, а виробники-інноватори прагнуть одержати вигоду від їхнього продажу.

Перспективність підприємства визначається першійстю не на сучасних, а на майбутніх ринках, і називається це інтелектуальним лідерством – на цьому тезисі базуються стратегічні інновації за Г. Хамелом і К.К. Прахаладом. Дослідники стверджують, що таких ринків ще немає, але їх необхідно уявляти вже зараз і прагнути до їхнього формування.

Г. Чесбро розробив концепцію відкритих інновацій – “open innovation”, згідно з якою вважається, що компанії можуть і повинні поряд із власними ідеями використовувати і зовнішні, а також застосовувати «внутрішні» й «зовнішні» засоби виходів на ринок зі своїми більш прогресивними технологіями. У процесі управління НДДКР на основі відкритих інновацій здійснюються такі процеси, як надходження в компанію зовнішніх цінних ідей, а за межі компанії – ідей, що не мають для неї цінності.

За мережевою моделлю інновацій Пітера Глура, інноваційне середовище створюється спільно з учасниками різних мережевих співтовариств, що вступають у відносини колаборації і формують певну екосистему.

М. Портер, О. Солвел розглядали територіальні інноваційні кластери – мережеві інноваційні екосистеми особливого класу. Вони описують їх як складні динамічні утворення, де досягаються унікальні мережеві ефекти – безперервне зростання продуктивності на базі безперервних інновацій.

Тріада мережевих комунікацій, відома як модель потрійної спіралі Іцковіца – Лейдесдорфа, забезпечує ефект колективного створення інновацій на безперервній основі. Модель включає три основних постулати:

1) у суспільстві, започаткованому на науковому знанні, характерне посилення ролі університетів у взаємодії із промисловістю й урядом;

2) три інститути (університет, бізнес, влада) прагнуть до співробітництва, при цьому інноваційний складник походить із цієї взаємодії, а не з ініціативи держави;

3) на додаток до традиційних функцій, кожний із трьох інститутів «частково бере на себе роль іншого». Інститути, здатні виконувати нетрадиційні функції, вважаються найважливішим джерелом інновацій.

Провідну роль у переорієнтації економіки країни за сучасними напрямками розвитку технологій має відігравати національна модель інноваційного розвитку, яка повинна враховувати індивідуальні особливості та потенціал економіки держави. Виділяють три базових моделі інноваційного розвитку, що розповсюджені на сучасному етапі глобалізації.

1. «Традиційна» модель – модель повного інноваційного циклу, що представлена в основному країнами євроатлантичного регіону. Найкращим прикладом традиційної моделі є національна інноваційна система США.

2. «Європейська» модель:

– національна інноваційна система великих європейських країн (держави з тривалою інтелектуальною та науковою традицією: Великобританія, Німеччина, Франція, Італія);

– інноваційна система малих високорозвинутих європейських країн (Швеція, Нідерланди, Данія, Швейцарія, Фінляндія);

3. «Азійська» модель – значно відрізняється від «традиційної» моделі, в інноваційному циклі відсутній компонент фундаментальної і частково прикладної науки (Японія, Південна Корея, Гонконг, Китай).

Розглянемо більш детально особливості національних інноваційних екосистем деяких країн.

В усьому світі держава бере активну участь у формуванні інноваційної інфраструктури. Про-

сування та розвиток високотехнологічних галузей урядом Тайваню протягом останніх двох десятиліть було одним з найважливіших чинників економічного зростання. Наукові парки на Тайвані інкубують шість основних промислових кластерів, включаючи індустрію інтегральних мікросхем (ІС), комп'ютерну і периферійну промисловість, телекомунікаційну індустрію, оптоелектронну промисловість, прецизійну машинобудівну галузь та біотехнологічну промисловість. Ці наукові парки займають всього 0,1% загальної площі країни, але роблять близько 16% загального доходу від виробництва, 40% для внутрішньої ІТ-галузі, 14% для своєї зовнішньої торгівлі та 15% від патентів на винахід. Як головні виконавчі механізми високих технологій, наукові парки є джерелом зростання продуктивності та процвітання. Серед індустріальних кластерів на ринку лідируючих позицій посідають кілька ІТ-продуктів та виробничих потужностей [1].

У Фінляндії розробленням і впровадженням екосистемного підходу займаються державна Дослідницька інноваційна рада й агентство ТЕКЕС, а у Швеції – Шведське урядове агентство з питань інноваційних систем VINNOVA. У багатьох національних економіках (США, Канада, Великобританія, Південна Корея, Ізраїль, Китай, Австралія й ін.) формуються регіональні інноваційні екосистеми, що розраховані на досягнення інноваційних ефектів світового рівня. Вони формують інноваційні хаби, або мережеві інноваційні співтовариства, що дають країнам змогу безперервно здійснювати інноваційне відтворення, гнучко реагуючи на технологічні та ринкові зміни, і на перехресті різних мережевих середовищ сприяти зародженню і трансферу потужних потоків нових знань.

Висновки з проведеного дослідження. На сучасному етапі розвитку для України однією з головних причин гальмування розвитку інноваційної інфраструктури є відсутність належного державного регулювання та оцінки інноваційного середовища. Володіючи потужною конкурентною перевагою – високоосвіченим людським капіталом – та спираючись на наявний іноземний досвід, Україна має можливість для технологічного прориву в майбутньому, адже розвиток високих технологій – це перспектива для країни зайняти гідне місце в глобальному економічному просторі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Yu-Shan Su, Zong-Xi Zheng, Jin Chen, (2018) A multi-platform collaboration innovation ecosystem: the case of China, Management Decision, Vol. 56 Issue: 1, pp. 125–142, URL: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/MD-04-2017-0386>
2. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс] –: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Лановська Г.І. Інноваційна екосистема: сутність та принципи / Економіка і суспільство. Вип. 11. 2017. URL http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/43.pdf

4. Алексеєва М.Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М.Б. Алексеєва, П.П. Ветренко. М. : Издательство Юрайт, 2017. 303 с. (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). – SBN 978–5–534–00483–0.

5. Колодійчук А.В. Інноваційні теорії технологічного розвитку / А.В. Колодійчук // Ключевые проблемы современной науки. 2012. № 9. URL http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2012/Economics/9_108922.doc.htm

6. Федулова Л.І. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування / Л.І. Федулова, О.С. Марченко // Економічна теорія та право. 2015. № 2. С. 21–33. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2015_2_4

ПРОГНОЗ ОСНОВНИХ ПАРАМЕТРІВ РИНКУ ПЛОДІВ І ЯГІД FORECAST OF MAIN PARAMETERS OF THE FRUITS AND SMALL FRUITS MARKET

Проаналізовано сучасний стан кон'юнктури вітчизняного ринку плодів і ягід, цінову ситуацію, розвиток зовнішньої торгівлі. Споживчі потреби населення через низький платоспроможний попит задовольнялися лише на 66%. У поточному році передбачається незначне розширення загальної пропозиції та підвищення цін. Очікується таке формування структури товарообігу: плоди зерняткових культур – 61–65%, плоди кісточкових культур – 28–30%, ягоди – 6–7% та горіхи – 5–6%. Визначене сальдо балансу зовнішньої торгівлі плодами і ягодами, які мають високий потенціал вирощування в Україні, було від'ємним, крім горіхів.

Ключові слова: ринок, плоди і ягоди, споживання, пропозиція, попит, експорт, імпорт, ціна.

последующее формирование структуры товарооборота: плоды семечковых культур – 61–65%, плоды косточковых культур – 28–30%, ягоды – 6–7% и орехи – 5–6%. Определенное сальдо баланса внешней торговли плодами и ягодами, которые имеют высокий потенциал выращивания в Украине, было отрицательным, кроме орехов.

Ключевые слова: рынок, плоды и ягоды, потребление, предложение, спрос, экспорт, импорт, цена.

The present state of the market conditions of the domestic market of fruits and berries, the price situation, development of foreign trade is analyzed. Consumer needs of the population, due to low solvent demand, were satisfied only by 66%. In the current year, the expansion of the general offer and the increase of prices are foreseen. The following formation of the structure of commodity turnover is expected: fruits of grain crops – 61–65%, fruits of stone worms – 28–30%, berries – 6–7% and nuts – 5–6%. The surplus balance of foreign trade in fruits and berries with high potential for cultivation in Ukraine was negative, except for nuts.

Key words: market, fruits and small fruits, consumption, supply, demand, export, import, price.

УДК 338.12.017:634.1.076:634.7

Сало І.А.

д.е.н., старший науковий співробітник, вчений секретар
Інститут садівництва
Національної академії аграрних наук
України

Проанализированы современное состояние конъюнктуры отечественного рынка плодов и ягод, ценовая ситуация, развитие внешней торговли. Потребительские нужды населения из-за низкого платежеспособного спроса удовлетворялись лишь на 66%. В текущем году предполагается незначительное расширение общего предложения и повышение цен. Ожидается

Постановка проблеми. В умовах нормативно-правових та економічних змін в країні важливе значення має дослідження реальної ситуації на продовольчому ринку. Особливої уваги заслуговує ринок плодів і ягід, з огляду на цінність їх споживання. Через це вивчення поточної ринкової кон'юнктури, визначення основних економічних параметрів, їх прогнозування є особливо необхідним для ефективного формування стратегії та програми розвитку галузі садівництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку продовольчого ринку та проблемам виробництва і споживання продуктів харчування приділяли увагу багато науковців. У галузі садівництва, зокрема, ними займалися

О.Ю. Єрмаков, О.А. Кіщак, Л.А. Костюк, Т.А. Маркіна, В.А. Рульєв, В.А. Соболев, О.М. Шестопаль, А.І. Шумейко та інші. Однак сьогодні важливим для повноцінного забезпечення населення плодами та ягодами й ефективною діяльністю садівничих господарств є передбачення зміни поточної кон'юнктури ринку на найближчу перспективу.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення тенденцій розвитку та короткострокове прогнозування основних складників вітчизняного ринку плодів і ягід.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 2017 р. у всіх категоріях господарств обсяг виробництва плодів та ягід збільшився порівняно з 2014 р. лише на 2,5% до 2048 тис. т за

рахунок незначного підвищення урожайності – на 8,3% (10,3 т/га). У сільськогосподарських підприємствах урожайність плодючих насаджень, за даними Держстату України, коливається від 3,8 до 5,4 т/га, а у більш сприятливі за погодними умовами роки – від 6,4 до 7,3 т/га. Такий низький рівень продуктивності в окремих господарствах пояснюється недотриманням агротехніки вирощування плодів та ягід, зокрема, під час внесення мінеральних та органічних добрив, захисту рослин від шкідників та хвороб, що пов'язано з інфляційними процесами в країні – ціни на паливо та отрутохімікати значно підвищилися. Однак побутує думка (на неофіційному рівні), що виробники свідомо приховують реальні економічні показники своєї господарської діяльності для уникнення оподаткування доходів, і реальний рівень урожайності сягає не менше 20 т/га.

У структурі вітчизняної пропозиції у 2017 р. найбільшу питому вагу з плодів зерняткових культур займали яблука – 1076,2 тис. т (86,2%), з плодів кісточкових культур – слива та вишня – 200,5 та 172,3 тис. т (35,5 та 30,5%), з ягід – суниця – 55,0 тис. т (43,3%) (табл. 1), з горіхів – грецькі горіхи – 108,7 тис. т (100,0%).

Формування пропозиції. Обсяг пропозиції плодів та ягід на внутрішньому ринку суттєво залежить від погодних умов. У 2018 р. очікується незначне розширення валового збору плодів зерняткових культур – до 1270 тис.т, кісточкових – до 580, ягід – до 130, горіхів – до 110 тис. т. Характерно, що це відбуватиметься за рахунок незначного збільшення площ та урожайності плодів та ягід на відміну від попереднього року, де спостерігалися значні втрати врожаю через пізні весняні заморозки. Передбачається, що в цьому році, як

і впродовж тривалого періоду, частка господарств населення у виробництві становитиме до 85%. Основне виробництво плодючої продукції буде сконцентроване у Вінницькій, Хмельницькій, Чернівецькій, Дніпропетровській областях – до 39–45% (800–850 тис. т). Очікувані зміни обсягів виробництва плодючої продукції практично не вплинуть у 2018 р. на формування структури товарообігу: плоди зерняткових культур становитимуть 61–65%, плоди кісточкових культур – 28–30%, ягоди – 6–7% та горіхи – 5–6%.

Зовнішня торгівля. Наповнення внутрішнього ринку плодів і ягід, які мають високий потенціал вирощування в Україні, відбувається переважно за рахунок вітчизняних товаровиробників. Однак у фонді споживання, де враховуються й об'єктивно необхідні імпортні поставки (цитрусові плоди, банани), імпорту займає значну частку – 30–35%. Обсяг імпорту свіжих плодів та ягід у 2017 р. становив 705,6 тис. т, у т.ч.: цитрусові – 37,7%, банани – 33,8, яблука, груші та айва – 6,0, ягоди – 7,8, абрикос, вишні (черешні), персики, сливи – 5,4%. Якщо взяти до уваги, що виробництво плодів і ягід протягом досліджуваного періоду залишалось практично стабільним, а імпортні надходження у 2016–2017 рр. збільшилися порівняно з 2015 р. відповідно на 25,2 та 35,2%, можна стверджувати про значну залежність формування попиту на внутрішньому ринку від сегменту імпортованої плодючої продукції.

Основними постачальниками імпортованої продукції на внутрішній ринок плодів та ягід у 2017 р. були: яблук – Польща – 40,1 тис. т (99,3%), цитрусових – Туреччина, Єгипет – 180,4 (68,0%), персиків та нектаринів – Іспанія, Греція – 29,4 (86,8 %), бананів – Еквадор – 133,3 (56,0%), горіхів: коко-

Таблиця 1

Виробництво плодів і ягід в Україні всіма категоріями господарств, тис. т

Продукція	Роки					2017 р. у % до 2014 р.
	2014	2015	2016	2017	2018*	
<i>Зерняткові, в т.ч.:</i>	1251	1360	1262	1248	1270	99,8
Яблука	1085	1180	1099	1076	1085	99,2
Груша	158	171	156	165	170	104,4
<i>Кісточкові, в т.ч.:</i>	512	548	510	564	580	110,2
Вишня	183	193	156	172	180	94,0
Слива	163	184	178	200	210	122,7
Абрикос	65	65	81	87	90	133,8
Черешня	67	77	63	71	75	106,0
Персик	23	16	18	20	23	87,0
<i>Ягоди, в т.ч.:</i>	133	130	128	127	130	95,5
Суниця	67	64	62	55	60	82,1
Смородина	26	26	25	27	27	103,8
Малина	31	30	32	34	35	109,7
Горіхи	103	115	106	109	110	105,8

*Прогноз

Джерело: розраховано за даними Держстату України [http://www.ukrstat.gov.ua/]

сових, кеш'ю, бразильських – Індонезія, В'єтнам – 1,9 (67,9%) та інших видів горіхів – Іран, Туреччина, США, Грузія – 2,1 тис. т (87,5%). З огляду на динаміку останніх років, у 2018 р. ці країни збережуть свої позиції основних постачальників плодів і ягід на український ринок.

Відзначимо, що через негативні тенденції розвитку плодоягідного ринку в Україні, недостатнє наповнення його місткості, повільне розширення промислового садівництва є висока ймовірність збільшення обсягів імпортованих плодів та ягід на 10–15% порівняно з 2017 р. Найбільшу питому вагу в структурі свіжої імпортованої продукції в 2018 р. займатимуть цитрусові, банани та плоди зерняткових культур – відповідно 40, 35 та 10%.

У структурі експорту плодоягідної продукції найбільшу частку в 2017 р. займали горіхи та плоди зерняткових культур – відповідно 30,9 тис. т (34,1%) та 23,7 тис. т (26,2%). Основними покупцями плодів та ягід були: яблука – Білорусь, Австрія – 19,3 тис. т (84,0%); горіхи – Туреччина, Азербайджан, Білорусь, Греція, Іран, Ірак, Ліван 17,6 тис. т (57,0%); сливи – Польща 6,6 тис. т (82,5%); чорниці й журавлини – Польща, Білорусь, Великобританія, Нідерланди 2,5 тис. т (99,4%). В Україні сформувалися ефективні зовнішньоторговельні відносини з Білоруссю та Польщею. Передбачається, що в 2018 р. економічні зв'язки з перерахованими країнами збережуться.

Сальдо балансу зовнішньої торгівлі плодами і ягодами, які мають високий потенціал вирощування в Україні, у 2014–2017 рр. було від'ємним, крім горіхів. У 2018 р. суттєвих змін за напрямом збільшення чистого експорту не очікується (табл. 2).

Таблиця 2

Імпорт (крім об'єктивно необхідних поставок) та експорт плодів і ягід, тис. т

Продукція	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.*
Імпортні поставки, тис. т					
Зерняткові	51,8	58,7	28,9	42,3	50,0
Кісточкові	48,2	19,2	29,6	38,1	45,0
Горіхи	6,5	2,8	3,8	5,1	5,3
Ягоди	41,3	33,4	53,6	54,7	57,0
Експортні поставки, тис. т					
Зерняткові	20,2	5,3	14,4	23,7	28,0
Кісточкові	2,2	0,9	1,9	11,7	13,8
Горіхи	31,1	28,7	40,0	30,9	35,0
Ягоди	0,6	1,4	6,0	5,9	6,1
Баланс зовнішньої торгівлі, тис. т					
Зерняткові	-31,6	-53,4	-14,4	-18,6	-22,0
Кісточкові	-46,0	-18,3	-27,7	-26,4	-31,2
Горіхи	24,6	25,9	36,2	25,8	29,7
Ягоди	-40,7	-32,0	-47,6	-48,8	-50,9

*Прогноз

Джерело: розраховано за даними FAO [1]

Споживання. В Україні спостерігається недостатній рівень споживання плодів та ягід відносно встановлених раціональних норм на особу в рік (рис. 1). Так, попит на зерняткові плоди в 2017 р. становив 28,2 кг на особу за норми 57,5 кг, в т.ч. яблука 22 кг (50), кісточкових 11,1 (16), ягід 2,5 (4), горіхів – до 1 кг (1,5 кг). Сформувався високий рівень споживання на плоди об'єктивно необхідного імпорту (цитрусові та банани) – 11,7 кг за норми 3 кг [2, 3]. У 2018 р. очікується незначне підвищення попиту на плоди і ягоди за рахунок розширення їх вітчизняного виробництва та імпортованих поставок. Слід зауважити, що за рівнем споживання плодів та ягід Україна відстає від розвинених країн світу в декілька разів. Це пояснюється не лише культурою харчування, але й високою платоспроможністю споживачів.

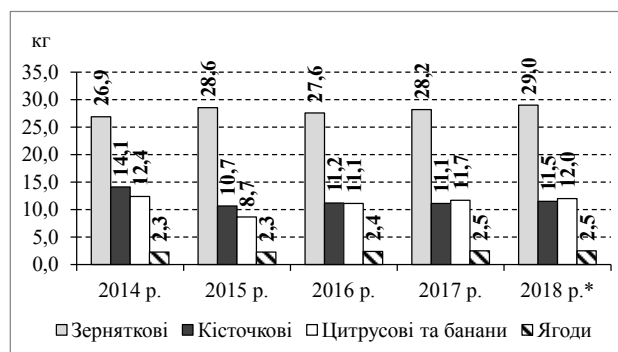


Рис. 1. Споживання плодів і ягід в Україні, кг на особу в рік

*Прогноз

Джерело: розраховано за даними Держстату України, FAO та за матеріалами досліджень автора.

Цінова ситуація. Кон'юнктура внутрішнього ринку плодів та ягід характеризується трьома різновидами цін, такими як закупівельні, оптово-відпускні та роздрібні. Відзначається високим рівнем ціна реалізації на плоди і ягоди садівницькими підприємствами комерційним структурам. Так, у 2017 р. вона становила до 9,5 тис. грн. за 1 т плодоягідної продукції. На ринку, через власні магазини та кіоски ціна реалізації 1 т була дещо вищою – до 9,6 тис. грн. Зокрема, плоди зерняткових культур коштували 6,6 тис. грн. за 1 т, плоди кісточкових культур – 14,7, а ягід – 31,7 тис. грн. за 1 т. На рис. 2 наведені середні ціни реалізації плодів і ягід сільськогосподарськими підприємствами. Швидка втрата свіжими плодами та ягодами споживчих властивостей, малі обсяги переробки на місцях виробництва змушують товаровиробників реалізовувати значну частку продукції (близько 25%) переробним підприємствам за цінами значно нижчими, ніж на ринку – у 1,5–2 рази.

Передбачається зростання цін в 2018 р. на свіжу плодоягідну продукцію до 10%. Ймовірно їх підвищення зумовлюється насамперед зростан-

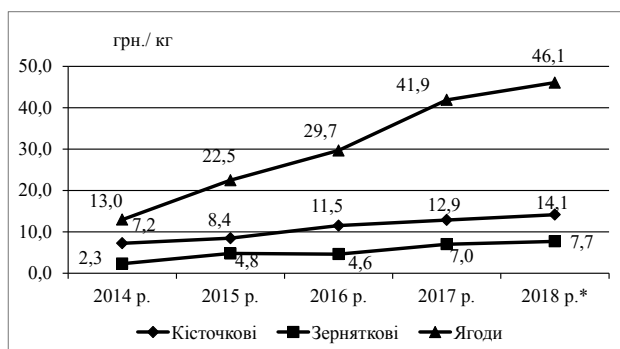


Рис. 2. Середні ціни реалізації плодів і ягід сільськогосподарськими підприємствами, грн./кг

*Прогноз

Джерело: розраховано за даними Держстату України [http://www.ukrstat.gov.ua/]

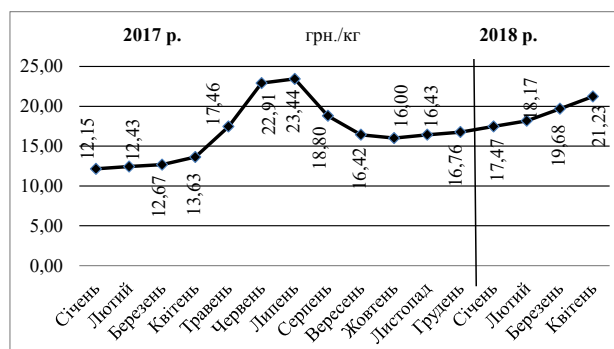


Рис. 3. Середні споживчі ціни на яблука в Україні, грн./кг

Джерело: розраховано за даними Держстату України [http://www.ukrstat.gov.ua/]

ням рівня цін на енергоресурси та засоби виробництва, що в результаті провокує ріст цін на кінцеву продукцію.

За підрахунками експертів, за наявності спеціально обладнаного сховища садівницьке підприємство може отримати в 1,5–2 рази більше прибутку. Однак їх будівництво потребує значних інвестицій.

Для значної групи споживачів через їх низьку платоспроможність ціни на плоди і ягоди є завищеними. Так, встановлений парний коефіцієнт кореляції показує високу залежність попиту від цін реалізації ($R = 0,725$). Вплив цього фактора на попит є визначальним – 77%. На інші фактори (культура споживання, сортимент, асортимент, якість продукції, сезонність виробництва тощо) припадає 23%.

На міських ринках України спостерігаються помісячні та річні коливання цін. Найвищі ціни, наприклад, на яблука у 2017 р. зафіксовані у червні-липні – 22,91–23,44 грн./кг у не сезон їх продажу (рис. 3). Якщо порівнювати ціни за період січень-квітень 2018 р. з 2017 р., очевидне їх значне зростання – на 44–56%. Очікується, що на кінець 2018 р. інфляційний процес дещо уповільниться з появою врожаю поточного року, і середні споживчі ціни на яблука будуть вищі за попередній рік на 20–25%.

Зауважимо, що ціни реалізації імпортованих плодів і ягід на внутрішньому ринку значно перевищують ціни на продукцію вітчизняного виробництва (рис. 4). Наприклад, у 2017 р. ціни на плоди зерняткових культур були вищими на 40,0%, кісточкових – на 56,0%.

Висновки з проведеного дослідження. У 2018 р. передбачається незначне розширення загальної пропозиції плодів і ягід та підвищення цін. Для повноцінного задоволення потреб споживачів

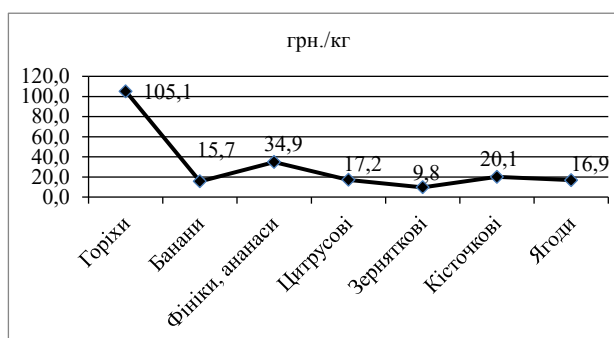


Рис. 4. Ціни реалізації імпортованих плодів і ягід у 2017 р., грн./кг (перераховано за офіційним курсом НБУ гривні щодо долара США – 26,5966)

Джерело: розраховано за даними FAO [1]

плодоягідною продукцією протягом всього року, збільшення та урізноманітнення асортименту та сортименту, розширення промислового виробництва важливе значення має удосконалення торговельної структури. Так, створення обслуговуючих кооперативів, які би здійснювали оптову закупівлю плодів та ягід у населення у період масового плодоношення та за домовленістю, дало би змогу легалізувати товаропотоки плодів та ягід, контролювати їх надходження на ринок відповідної якості, запроваджуючи сортування та пакування, сприяло би прозорому формуванню цін та зростанню прибутків первинної ланки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. FAOSTAT – FAO Statistics Division 2018. URL: <http://faostat.fao.org/>.
2. Сало І.А. Розвиток ринку плодів в Україні: [монографія] / І.А. Сало. К.: ННЦ ІАЕ, 2013. 394 с.
3. Харчова промисловість України: стан та перспективи (стислий виклад) / [за ред. академіка НАН України І.Р. Юхновського]. К.: ФАДА, ЛТД, 2001. 32 с.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

MARKETING STRATEGY OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES IN CONDITIONS OF STRENGTHENING OF THE PROCESSES OF EUROPEAN INTEGRATION

У статті розглянуто сутність, зміст та особливості розроблення і реалізації маркетингової стратегії на підприємствах харчової промисловості в умовах посилення євроінтеграції. Ураховано специфіку галузі, що визначальним чином впливає на зміст, технологію розроблення і реалізації маркетингової стратегії як на рівні галузі, так і на рівні окремого підприємства. Розглянуто сукупність факторів, від характеру і складу яких залежить вибір і реалізація конкретної маркетингової стратегії та вплив яких робить її унікальною для кожного підприємства. Запропоновано алгоритм формування маркетингової стратегії підприємств харчової промисловості в умовах посилення інтеграції.

Ключові слова: харчова промисловість, стратегія, маркетинг, маркетингова стратегія, фактор, алгоритм.

статье рассмотрены сущность, содержание и особенности разработки и реализации маркетинговой стратегии на предприятиях пищевой промышленности в условиях усиления евроинтеграции. Учтена специфика отрасли, определяющим образом влияющая на содержание, технологию разработки и реализации маркетинговой стратегии как на уровне области, так и на уровне отдельного предприятия. Рассмотрены совокупность факторов, от характера и состава которых зависит выбор и реализация конкретной маркетинговой стратегии и влияние которых делает ее уникальной для каждого предприятия. Предложен алгоритм формирования маркетинговой стратегии предприятий пищевой промышленности в условиях усиления интеграции.

трены совокупность факторов, от характера и состава которых зависит выбор и реализация конкретной маркетинговой стратегии и влияние которых делает ее уникальной для каждого предприятия. Предложен алгоритм формирования маркетинговой стратегии предприятий пищевой промышленности в условиях усиления интеграции.

Ключевые слова: пищевая промышленность, стратегия, маркетинг, маркетинговая стратегия, фактор, алгоритм

The article deals with the essence, content and features of the development and implementation of marketing strategy at food industry enterprises in the context of strengthening European integration. The specifics of the industry are considered, which determinately affects the content, technology of development and implementation of marketing strategy, both at the industry level and at the level of the individual enterprise. A set of factors is considered, the nature and composition of which depends on the choice and implementation of a particular marketing strategy and the impact of which makes it unique to each enterprise. The algorithm of formation of marketing strategy of enterprises of the food industry in the conditions of integration intensification is offered.

Key words: food industry, strategy, marketing, marketing strategy, factor, algorithm

УДК 338.4

Бердар М.М.

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Сучасний розвиток українського суспільства знаходиться під суттєвим впливом євроінтеграційних процесів, що визначають не лише вектор подальшого руху нашої країни в напрямі імплементації європейських цінностей і способу життя, але і формують нові виклики та систему стандартів розвитку вітчизняної економіки, зокрема промисловості. Принципово нові підходи до організації бізнесу, системи взаємодії, правил господарювання й поведінки на ринку вимагають від українських промисловців переосмислення засад своєї роботи, здійснення активних спроб щодо удосконалення принципів і технологій просування товарів, послуг, завоювання вигідних ринкових позицій, забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності та «осучаснення обличчя» вітчизняної промисловості згідно з вимогами і очікуваннями світу, що динамічно розвивається.

Необхідність подолання розриву, що утворився між українською та європейською економічними системами і стає дедалі більш помітним, потребує більш активного використання сукупності маркетингових інструментів ведення бізнесу, котрі в умо-

вах ринку є набагато ефективнішими, ніж застарілі методи, що як уламки попередньої системи господарювання «тягне» за собою вітчизняна промисловість, ускладнюючи тим самим процес інтеграції та унеможливаючи забезпечення розвитку як такого. Як влучно зазначив Ю. Слабковський, «знання маркетингу – це володіння ринковою мовою» [17], що сьогодні є безперечною, фундаментальною умовою досягнення успіху в будь-якій сфері. На практиці «ринкова мова маркетингу» втілюється в життя через маркетингові стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретична база формування і реалізації маркетингової стратегії була побудована завдяки численним працям видатних вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких Д. Аакер, І. Ансофф, Х. Бойд, А. Вайсман, В. Вонг, О. Герман, Дж. Дей, А. Длігач, О. Кендюхов, В. Коршунов, Ф. Котлер, Д. Кревенс, Н. Куденко, Г. Минцберг, Х. Маккей, В. Ортинська, Дж. О'Шоннесі, М. Портер, Дж. Траут, О. Уолкер, та багато інших. Дослідження українських науковців останніх років, таких як Н. Бутенко, Д. Войт, Н. Куденко, В. Крав-

ченко, А. Старостіна, О. Сумець, С. Тютюнникова, З. Шершньова та інших.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення сутності та особливостей маркетингової стратегії підприємств харчової промисловості в умовах посилення процесів євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основною передумовою розробки дієвої маркетингової стратегії є чітке усвідомлення її суті та змісту. Слід зазначити, що сьогодні не сформовано єдиного підходу до розуміння маркетингової стратегії. Науковці розуміють її і як план дій, або програму, і як засіб досягнення маркетингових цілей, і як метод (засіб) впливу на споживача, і як сукупність рішень щодо організації маркетингу, і як систему організаційно-технічних і фінансових заходів для активного впливу на попит і пропозицію. Різноманітність підходів ускладнює процес підбору найбільш адекватного визначення поняття та відповідного сприйняття його суті, хоча погляди науковців і досить близькі.

Зокрема Ф. Котлер визначає маркетингову стратегію «логічною схемою маркетингових заходів, за допомогою яких компанія сподівається досягнути власних маркетингових цілей» [6]. Сукупністю маркетингових заходів компанії зі сталого просування своїх товарів на ринок розглядає її і Г. Мінцберг [11]. Більш узагальнене сприйняття демонструє В. Алексунін, пропонуючи маркетингову стратегію розуміти як «основу дій фірми в конкретних ринкових умовах, що визначає способи застосування маркетингу для розширення цільових ринків та досягнення ефективних результатів» [1], Н. Куденко – як напрям (вектор) дій підприємства щодо створення його цільових ринкових позицій [8], С. Войтович – як стратегічний напрям діяльності підприємства, який забезпечує приведення можливостей підприємства відповідно до ситуації на ринку і складається зі спеціальних середньо- або довгострокових рішень щодо цільових сегментів, комплексу маркетингу, рівня маркетингових витрат [3], Е. Уткін – як складову частину всього стратегічного управління підприємством, план його ділової активності [19].

Практичних, дієвих рис набуває визначення маркетингової стратегії у А. Павленка, що розуміє її як принципів середньо- та довгострокові рішення з відповідними способами та засобами, котрі визначають орієнтири та спрямовують окремі заходи маркетингу на досягнення поставлених цілей, які охоплюють елементи комплексу маркетингу (продукт, ціну, місце та просування). Вони є глобальними напрямками діяльності, що потребують конкретизації через планування заходів маркетингу, і є своєрідним планом, відповідно до якого підприємство формалізує те, яким чином воно досягне успіху, тобто реалізації продукції на конкретному ринку [15]. Є. Ромат маркетинго-

вою стратегією вважає «широкомасштабну програму дій фірми, що включає розроблення цільових ринків (сегментів), комплексу маркетингу, бюджету маркетингу й основних часових аспектів програми» [16]. Практикуючі маркетологи вбачають у змісті маркетингової стратегії більш прикладні аспекти, що реалізують прагнення і задуми фірми, розглядаючи її як: цілісний комплекс дій (дослідницьких, промо-, рекламних тощо), кінцевою метою яких є досягнення ринкового успіху пропозиції компанії (незалежно від того, що компанія пропонує – товари чи послуги); набір інструментів маркетинг-мікс, який обраний задля досягнення конкретної маркетингової мети та виділяє три напрями формування маркетингової стратегії у великій компанії: стратегія портфеля брендів; стратегія бренду; стратегії «особливих» маркетингових напрямів, які часто є крос-брендовими; комплексна програма дій із просування товарів/послуг на ринку; енералізований (об'єднаний) план дій щодо об'єкта стратегії (продукту чи товарної марки) з подолання розриву між існуючим (або потенційним) положенням і бажаним (цільовим) у вимірюваних показниках [10].

А. Старостіна розглядає маркетингову стратегію ще ширше (як політику ринкової діяльності підприємства на довгострокову перспективу, сукупність стратегічних маркетингових рішень). Вона охоплює ринкову та товарну стратегії, стратегію позиціонування (що поєднує ринкову і товарну стратегії), марочну стратегію, цінову стратегію, стратегію маркетингових комунікацій (стратегії збуту та просування) [9].

Узагальнюючи розглянуті теоретичні й практичні напрацювання, численні визначення, можемо дійти висновку, що поняття «маркетингова стратегія» досить щільно увійшло в господарське життя суспільства. Воно стало запорукою успіху підприємств і цілих галузей в умовах ринкової економіки, відповіддю на виклики, що кидає ринок та його конкурентне середовище.

На нашу думку, що ґрунтується на методиці конструювання категоріального апарату економічної теорії, запропонованій і апробованій А. Старостіною та В. Кравченком, визначення має містити три елементи категорії: суть явища, його зміст та результат [18]. Саме тому більш повним буде розуміння маркетингової стратегії як комплексного плану розвитку суб'єкта господарювання в ринкових умовах, що описує сукупність синергійно взаємозалежних, детально розроблених і обґрунтованих дій та маркетингових інструментів, реалізація яких забезпечує оптимальний перехід з поточного стану в бажане майбутнє і досягнення тим самим поставлених цілей.

Узагальнене визначення може бути застосоване до об'єкта будь-якого рівня: регіону, галузі, підприємства. Конкретна маркетингова стратегія

має бути сформульована з огляду на особливості об'єкта дослідження та специфіку його стану.

Сучасна харчова промисловість України має свою специфіку, що пов'язана і зі специфікою галузі як такої, і з особливостями сучасного етапу її розвитку й економіки України в цілому. Це визначальним чином впливає на зміст, технологію розроблення і реалізації маркетингової стратегії як на рівні галузі, так і на рівні окремого підприємства.

По-перше, харчова промисловість є однією з основних галузей в економіці України, її частка в обсягах промислового виробництва і реалізації перевищує 20%. Крім того, розвиток галузі має кращу динаміку порівняно із переробною промисловістю та промисловістю в цілому, а частка її продукції, що реалізується за межі країни, постійно зростає, тоді як у промисловості вона залишається приблизно на одному рівні.

Крім того, ступінь зносу основних засобів харчової промисловості є нижчим порівняно із переробною промисловістю і промисловістю в цілому, хоча сьогодні вже перевищує 50%, що свідчить про поступове втрачання виробничого потенціалу підприємств. Капітальні інвестиції в галузь складають близько 15% від загальних обсягів інвестицій промисловості, проте динаміка дещо гірша порівняно із переробною промисловістю і промисловістю в цілому. Основним джерелом інвестицій в економіці України є власні кошти підприємств, що формуються з прибутку. Рівень рентабельності в галузі є вищим, ніж у промисловості (крім 2016 р.) і переробній промисловості (крім останніх двох років), що дозволяє підприємствам обирати стратегії росту.

По-друге, харчова промисловість стосується найбільш диференційованих з точки зору продукту галузей. Іншими словами, вона має досить розгалужену структуру з великою кількістю підгалузей, котрі виробляють різноманітну продукцію, яка є швидкопсувною, а отже, вимагають індивідуального підходу до розроблення маркетингової стратегії. Стан і кон'юнктура ринків, на яких представлена продукція згаданих підгалузей, також дуже різняться, що має відобразитися в переліку та змісті маркетингових інструментів.

По-третє, більшість українських ринків харчової продукції є досить концентрованими. Наприклад, майже 40% всієї м'ясної продукції на внутрішньому ринку продають 10 великих компаній [13], п'ять крупних підприємств і холдингів займають понад 70% ринку олійно-жирової продукції [15], більше двох третин ринку цукру розділили між собою сім найбільших виробників і лише 30–35% припадає на невеликі інтегровані бізнес-структури, але консолідація триває і розділ решти ринку – лише питання часу [12]. Такий стан справ звужує можливості більшості підприємств до розвитку та їхній маркетинговий набір інструментів, чинить тиск на

невеликих виробників, знижує інтенсивність конкуренції та позбавляє переваг, які вона забезпечує.

По-четверте, специфіка саме харчової промисловості полягає в двоїстості її статусу: галузь одночасно є бізнес-системою, діяльність елементів якої спрямована на одержання і максимізацію прибутку, що має забезпечувати маркетингова стратегія, а також ключовим елементом системи державної продовольчої безпеки, котрий виконує суспільно значиму функцію – це також має бути відображено в маркетинговій стратегії. Галузь виробляє продукцію, що належить до категорії життєво необхідної, задовольняє базові потреби споживача, тому і виробництво спрямоване безпосередньо на споживача. Останній, як правило, у сфері задоволення своїх потреб у продуктах харчування знаходиться під захистом держави через суттєву залежність від цієї товарної групи, тому і виробника. Таким чином, маркетингова стратегія підприємств харчової промисловості має відображувати дві сторони інтересів: підприємства з його прагненням до максимізації прибутку і держави, мета якої – максимізація суспільного добробуту.

По-п'яте, харчова промисловість більше ніж будь-яка інша галузь залежна від стану ресурсних ринків та динаміки розвитку підприємств, що є постачальниками цих ресурсів. Будь-які негативні зміни з боку ресурсної бази можуть нівелювати маркетингові зусилля виробника харчових продуктів.

На більшості підприємств харчової промисловості стратегічний маркетинг усе ще переживає етап становлення, а формування повноцінної, дієвої, ефективної маркетингової стратегії ще не стало повсюдним правилом. Належну увагу цьому приділяють лише великі успішні підприємства, що є лідерами у своїй галузі чи на ринку. Деякі дослідники, вивчаючи особливості маркетингової діяльності вітчизняних підприємств харчової промисловості, вказують на її недостатній розвиток, а подекуди і нехтування. Затяжна фінансово-економічна криза та нерозвиненість маркетингової культури в нашій країні, на їхню думку, прямо відображається на ефективності розроблення та впровадження маркетингових стратегій [4].

Системне уявлення об'єкта дослідження, його специфіки та особливостей упредметнює зміст майбутньої маркетингової стратегії, але не є достатнім для її адекватності наявним умовам і часу. Як підкреслює Д. Войт, основні рішення, що приймаються на рівні підприємства, мають відповідати характеру і складу факторів, від впливу яких залежить вибір і реалізація конкретної маркетингової стратегії забезпечення стійкого конкурентного становища організації на ринку [2]. Аналіз цих факторів дозволяє виявити загрози і можливості підприємства та за допомогою ефек-

тивної маркетингової стратегії усунути ці загрози або навіть перетворити їх на переваги.

Усю множину факторів, що здійснюють вплив і є суттєвими під час вибору, розроблення та реалізації маркетингової стратегії на підприємствах харчової промисловості, можна розділити на внутрішні та зовнішні (рис. 1). Внутрішні фактори характеризують потенційні можливості підприємства щодо досягнення поставлених цілей, зовнішні – можливості і загрози з боку зовнішнього середовища.

Зрозуміло, що від рівня організаційно-функціональної збалансованості зовнішніх і внутрішніх факторів залежить вибір та ефективність реалізації маркетингової стратегії підприємства, тому її формування з урахуванням цих факторів і галузевих особливостей є умовою успішності та конкурентоспроможності підприємства у ринковому середовищі.

Визначальним вектором, орієнтиром, платформою розроблення маркетингової стратегії кожного підприємства має стати довгострокова стратегія розвитку харчової промисловості на державному і регіональному рівнях. Сьогодні її відсутність в Україні стає суттєвою перешкодою у виборі траєкторії розвитку підприємствами галузі, зумовлює їх орієнтацію на оперативне управління. За відсутності чіткої довгострокової стратегії розвитку харчової промисловості маркетинг, що є потенційним інструментом її реалізації, приречений вирішувати лише тактичні задачі.

Як підкреслюють С. Войтович та І. Потапук, вибір стратегії залежить від ситуації, в якій знаходиться підприємство, тому маркетингові програми (як короткострокові, так і довгострокові) потребують розроблення і застосування такої стратегії, яка за заданих умов максимально відповідала б державній економічній політиці і водночас забезпечувала б комерційним структурам необхідну ефективність [3].

Отже, можемо зробити узагальнюючий висновок, що вибір маркетингової стратегії підприємств харчової промисловості визначається:

- двоїстим характером продукту, бізнесу, галузі;
- унікальною комбінацією зовнішніх і внутрішніх факторів у межах певного простору і часу;
- глобальними пріоритетами довгострокової стратегії розвитку галузі та перспективної моделі розвитку соціально-економічної системи країни в умовах поглиблення євроінтеграції.

Як зазначав Ф. Котлер, маркетингові стратегії можуть бути різними, але головне – вибрати найбільш вдалу з них для кожного підприємства, тобто стратегію, яка відповідала б вимогам досягнення його маркетингових цілей [6].

Проте, як неодноразово підкреслювалося вітчизняними дослідниками та свідчать результати їхніх досліджень, не існує єдиного організа-

ційно-методичного підходу до розроблення та реалізації маркетингових стратегій на підприємствах харчової промисловості та не може існувати через суттєві відмінності в асортименті, умовах виробництва і реалізації, технологіях, ресурсному забезпеченні тощо (рис. 2).

Іншими словами, комбінація факторів, що впливає на стратегічний вибір підприємства, для кожного з них є абсолютно унікальною, тому і маркетингова стратегія має бути унікальною. Тому за таких умов можливо лише запропонувати алгоритм формування маркетингової стратегії підприємств харчової промисловості в умовах посилення інтеграції. Головним підходом при цьому, як підкреслюють у своєму дослідженні О. Кендюхов і С. Димитрова, має стати забезпечення балансування вимог зовнішнього, стосовно підприємства, маркетингового середовища, а також наявних та прогнозованих внутрішніх можливостей, пошук шляхів такого балансування, визначення чинників, які можуть впливати на необхідні зміни в маркетинговому середовищі, аналіз можливих наслідків їх дії або реакції маркетингового середовища на запобігання можливому впливу таких чинників [5].

В умовах динамічного ринкового середовища розроблена підприємством маркетингова стратегія не може залишатися незмінною, оскільки відбуваються постійні зміни як у зовнішньому середовищі, компоненти якого мало піддаються коригуванню з боку підприємства, або зовсім не піддаються, але суттєво на нього впливають, так і всередині підприємства, що постійно розвивається чи має до цього прагнути. Можливі також непередбачені реакції ринку на рішення і дії фірми. Тому маркетингова стратегія повинна постійно переглядатися і корегуватися для забезпечення досягнення стратегічних цілей.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів для вітчизняних підприємств харчової промисловості нагальним стає набуття стійких конкурентних переваг, що, як підкреслюють О. Кендюхов і С. Димитрова [5], повинно відображати змістовну сторону маркетингової стратегії. Від масштабу і повноти використання конкурентних переваг, залежить результативність діяльності підприємства, саме вони є основою розвитку будь-якого бізнесу. Жоден зі способів успішного маркетингу, на думку Р. Кренделла [7], не може бути реалізований без створення стійких конкурентних переваг. Стійкість переваг визначається розміром зусиль конкурентів, необхідних для їх перевершення. Доступність переваги для інших знецінює її та робить маркетингову стратегію малоефективною і неспроможною, її ж унікальність формує довгострокову конкурентоспроможність підприємства, що в умовах євроінтеграції наразі досить актуальним і становить предмет подальших досліджень.

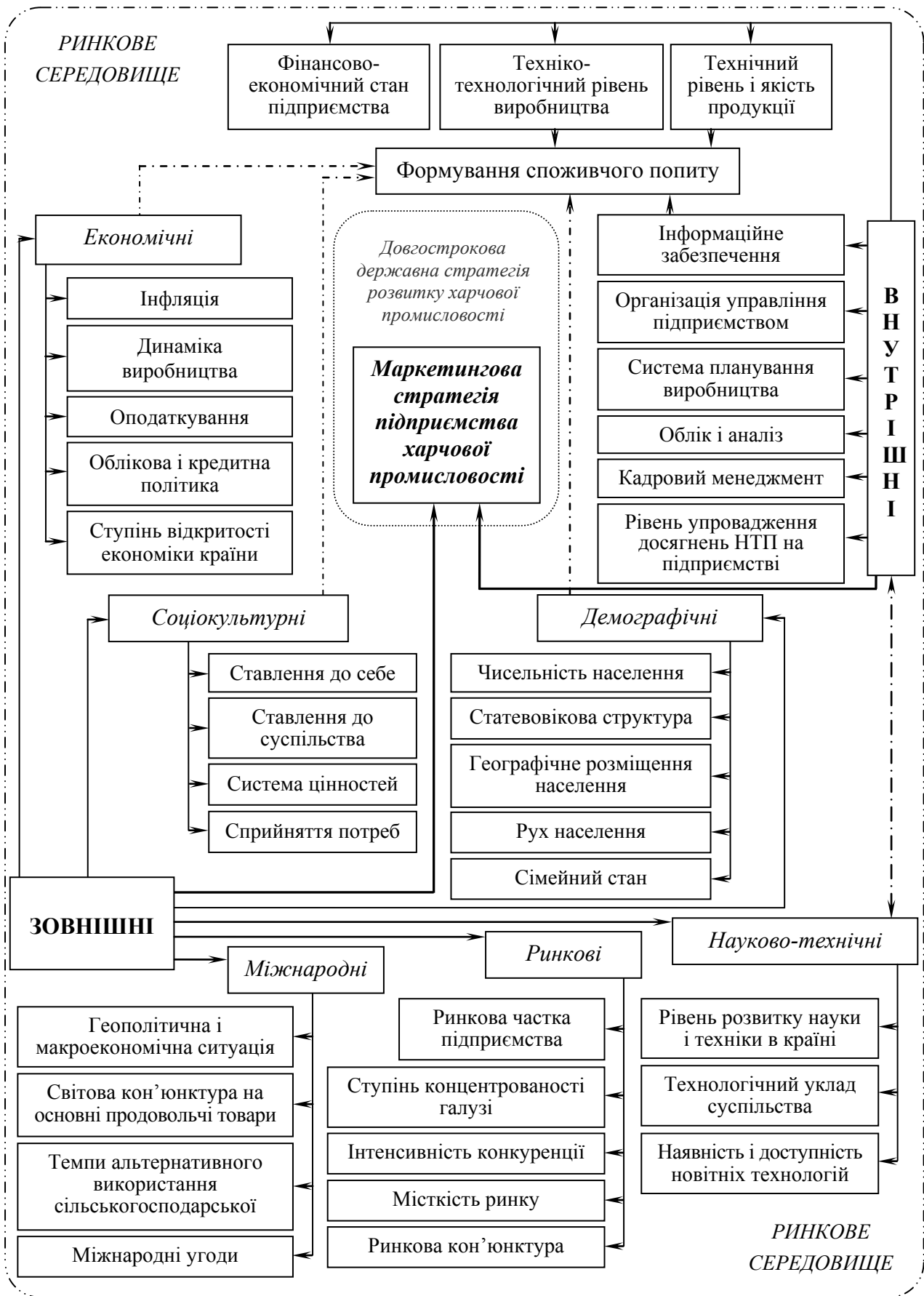


Рис. 1. Фактори впливу на вибір і реалізацію маркетингової стратегії

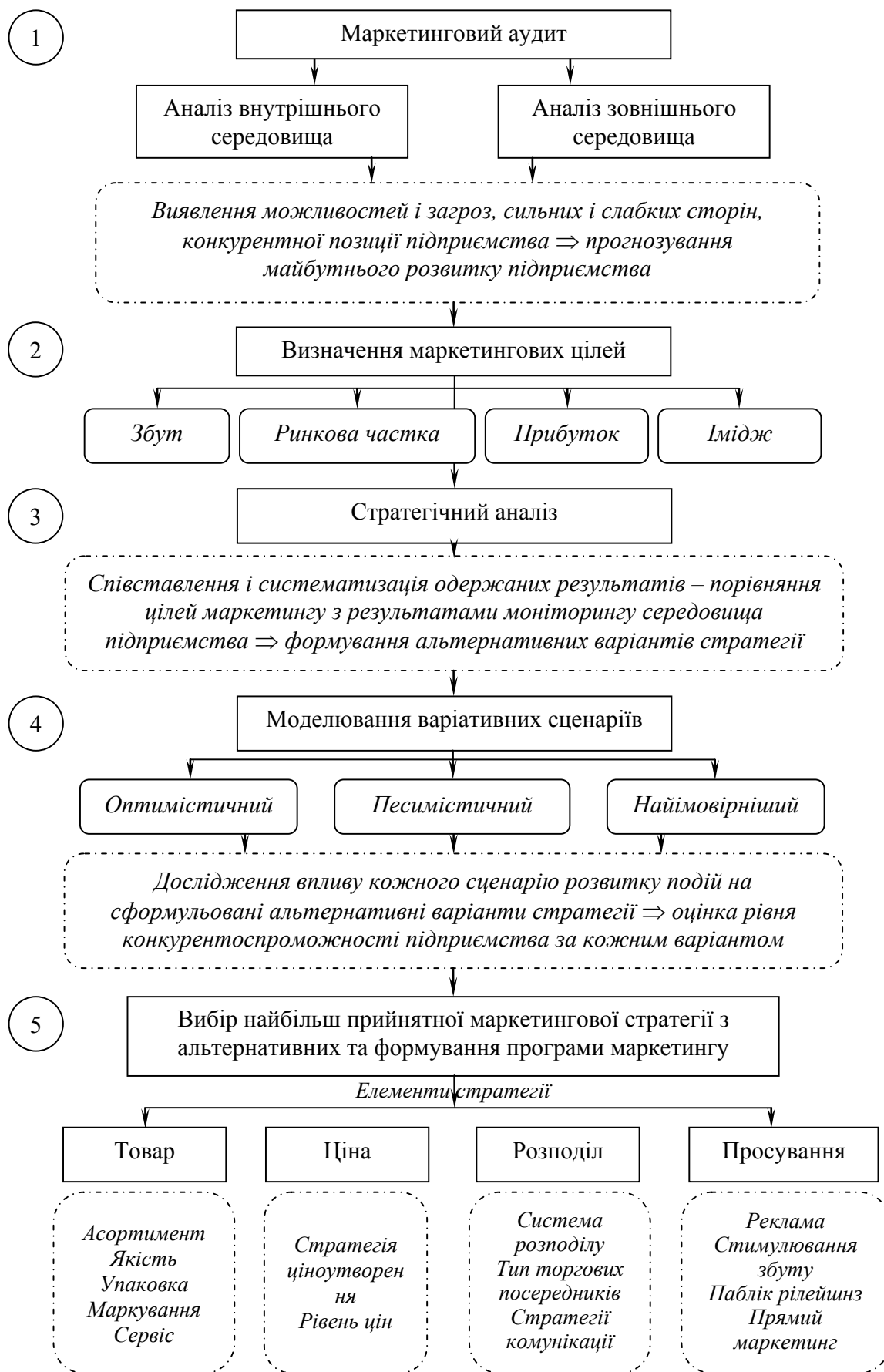


Рис. 2. Алгоритм формування маркетингової стратегії підприємствами ХП

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алексунин В. Международный маркетинг. Москва: издательский Дом «Дашков и Ко», 2000. 160 с.
2. Войт Д. Стратегії вдосконалення асортиментної політики торгово-виробничих об'єднань. Культура народів Причорномор'я. 2014. № 273. С. 210–214.
3. Войтович С., Потапюк І. Сутність і зміст поняття «маркетингова стратегія». Економіка і регіон. 2011. № 4 (31). С. 77–81.
4. Горбашенко С. Концептуальні особливості маркетингових стратегій підприємств харчової промисловості. Ефективна економіка. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3011>
5. Кендюхов О., Димитрова С. Маркетингова стратегія підприємства: бренд-підхід до визначення ефективності: Монографія. Донецьк: ДонУЕП, 2009. 182 с.
6. Котлер Ф., амстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. – пер. с англ., 2-е европ. изд. Москва: Вильямс, 1998. 1056 с.
7. Крэнделл Р. 1001 способ успешного маркетинга / Пер. с англ. К. Ткаченко. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 1999. 496 с.
8. Куденко Н. Маркетинговые стратегии фирмы. Монография. Киев: КНЕУ, 2002. 152 с.
9. Маркетинг / А. Старостіна, Н. Гончарова, Є. Крикавський та ін.; за ред. А. Старостіної. Київ: Знання, 2009. 1070 с.
10. Маркетинговая стратегія по-українски: мнения экспертов. Маркетинг и реклама. 2005. № 3. С. 22–35.
11. Минцберг Г. Стратегический процесс. Санкт-Петербург: Вильямс, 2009. 456 с.
12. Найбільші гравці цукрового ринку України. Agronews. URL: <http://agronews.ua/node/74189>
13. Огляд м'ясопереробної галузі України 2015–2016 рр.: інформаційно-статистичний огляд за даними Державної служби статистики України і фінансової звітності підприємств. Baker Tilly. URL: <http://www.bakertilly.ua>.
14. Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації: показники роботи за 2015 рік, 2015/16 МР. Харків: УкрНДІОЖ НААН, 2016. 105 с.
15. Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. Київ: КНЕУ, 2005. 584 с.
16. Ромат Е. Реклама: практическая теория / Е. Ромат, Д. Сендеров. – 9-е изд. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, Питер, 2016. – 542 с.
17. Слабковський Ю. Розвиток маркетингу та його роль в економічному зростанні / Ю. Слабковський // Економіка України. – 1999. – № 5. – С. 74–81.
18. Старостіна А., Кравченко В. Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять «глобалізація» та «підприємницький ризик»). Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. № 128. С. 5–10.
19. Уткин Э. Справочник по маркетингу. Москва: ЭК МОС, 1998. 462 с.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ

METHODOLOGICAL GUIDELINES FOR PERFORMANCE EVALUATION OF OIL EXTRACTING PLANTS

Стаття присвячена проблематиці оцінювання ефективності функціонування підприємства. Принципи оцінювання ефективності функціонування підприємства представлені у взаємозв'язку з принципами ефективності підприємства. На основі взаємозв'язку стратегічних цілей і ключових факторів успіху підприємства з урахуванням дуалістичної природи ефективності. Визначено три ключових аспекти ефективності функціонування підприємства: результати функціонування підприємства; алгоритм функціонування підприємства; організація виробництва, збуту, управління на підприємстві. У межах названих аспектів визначено критерії й групи показників для оцінки ефективності.

Ключові слова: ефективність функціонування підприємства; система оцінювання ефективності функціонування підприємства; принципи оцінювання ефективності; принципи ефективності підприємства; аспект ефективності; показник ефективності; критерії ефективності.

Стаття посвящена проблематике оценки эффективности функционирования предприятия. Принципы оценки эффективности функционирования предприятия представлены во взаимосвязи с принципами эффективности предприятия. На основе взаимосвязи стратегических целей и ключевых факторов успеха предприятия с учетом дуалистической природы эффективности. Определены три ключевых аспекта эффективности функционирования пред-

приятия: результаты функционирования предприятия; алгоритм функционирования предприятия; организация производства, сбыта, управление на предприятии. В рамках названных аспектов определены критерии и группы показателей для оценки эффективности.

Ключевые слова: эффективность функционирования предприятия; система оценки эффективности функционирования предприятия; принципы оценки эффективности; принципы эффективности предприятия; аспект эффективности; показатель эффективности; критерий эффективности.

The article deals with the problems of evaluation of the enterprise efficiency. Principles of assessing the effectiveness of the operation of the enterprise are presented in conjunction with the principles of enterprise efficiency. On the basis of the relationship of strategic goals and key factors of the company's success, taking into account the dualistic nature of efficiency. Three key aspects of the efficiency of the operation of the enterprise are defined: the results of the operation of the enterprise, the algorithm of the operation of the enterprise; organization of production, sales, management at the enterprise. In the framework of these aspects, criteria and groups of indicators for assessing performance are defined.

Key words: efficiency of enterprise functioning; system of evaluation of the efficiency of the operation of the enterprise; principles of evaluation of efficiency; principles of enterprise efficiency; aspect of efficiency; performance indicator; performance criterion.

УДК 519.868:330.44

Благодир Л.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет
Яворська К.Л.
студентка
Вінницький національний технічний університет

Постановка проблеми. Відсутність збалансованості у розвитку галузей аграрного виробництва, зокрема сільського господарства і олійно-жирової галузі, призводить до диспропорцій у відносинах між сільськогосподарськими і переробними підприємствами, а також до нераціонального використання ресурсів у виробництві олійно-жирової продукції. Усе це негативно позначається на ефективності роботи переробних підприємств олійно-жирової галузі. При цьому в сучасних умовах господарювання, які характеризуються посиленням конкуренції і динамічними змінами кон'юнктури внутрішніх і світових ринків олійно-жирової продукції, зокрема рослинних олій, суттєвим зростанням цін на сировину, енергоносії, транспортні послуги, необхідним стає пошук нових шляхів забезпечення ефективності функціонування підприємств галузі та пошук резервів її зростання.

Визначення рівня ефективності функціонування підприємства є важливим завданням для власників підприємств (зокрема держави), клієнтів і постачальників підприємства, фінансових інститутів та інших суб'єктів ринкової економіки.

Результати оцінки дозволяють менеджерам визначити перспективи подальшого руху, виявити проблемні зони, проаналізувати ефективність обраної стратегії розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як показав аналіз літератури [1–3; 5–9], сучасні дослідження в галузі оцінки ефективності підприємства (фірми) розвиваються у двох напрямках. Перший передбачає вдосконалення оцінки фінансових вимірників і відомий під загальною назвою управління, заснованого на створенні вартості (*Value Based Management, VBM*). Другий напрям – це створення комплексних систем, націлених на вимірювання досягнень підприємства (компанії) в усіх сферах його діяльності (*Performance Measurement, PM*). У межах *Performance Measurement* було проаналізовано основні системи оцінювання ефективності функціонування підприємства за деякими характеристиками.

Загалом, було виявлено такі обмеження під час застосування їх щодо українських підприємств:

– методологічна складність визначення низки показників, зокрема інтелектуального капіталу;

- відсутність даних про низку параметрів зовнішнього середовища, що не дозволяє одержати досить чітку картину в проекції клієнтів;
- відсутність ефективного менеджменту на багатьох підприємствах;
- внутрішня неготовність більшості організацій до впровадження комплексних систем оцінювання ефективності;
- необґрунтоване слідування шаблону;
- надмірна деталізація, яка спричиняє розмивання корпоративної стратегії.

Перевагами описаних концепцій є те, що вони дозволяють отримати комплексну характеристику функціонування підприємства і поєднати показники операційної ефективності з його стратегією.

Проте різноманітність управлінських категорій і методик, потреба врахування галузевих особливостей підприємств зумовлює необхідність подальшої систематизації показників і розроблення методів їх узгодження і застосування в загальній управлінській діяльності.

Постановка завдання. Метою цієї статті є обґрунтування методичних засад для формування системи оцінювання ефективності діяльності переробного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Використовуючи результати досліджень [4; 11; 12], концептуально процес побудови системи оцінювання ефективності функціонування підприємства починається з вибору використовуваних на підприємстві ключових показників ефективності. Відбір показників відбувається в три етапи: визначення стратегічних цілей підприємства; визначення ключових факторів успіху підприємства; визначення ключових показників діяльності підприємства.

Для визначення стратегічних цілей і ключових факторів успіху підприємства необхідним є аналіз галузі, в якій воно функціонує, з метою визначення структури галузі, переваг і слабких сторін підприємства, особливостей взаємодії підприємства зі структурою галузі, етапу життєвого циклу підприємства (стан стабільної діяльності, економічне зростання, стійкий спад виробництва, криза тощо).

Як зазначається [13], галузеві особливості функціонування переробних підприємств ОЖГ полягають в такому: експортна орієнтація; висока питома вага витрат сировини в собівартості готової продукції; вплив якісних характеристик насіння олійних культур, зокрема, олійності, на витрати виробництва (витрати палива, енергії, допоміжних матеріалів в основному пропорційні масі перероблюваної сировини); ліквідація сировинних зон багатьох підприємств під час переходу до ринку; висока економічна влада переробників на ринку в урожайні роки, сільськогосподарських товаровиробників – в неврожайні; посилення процесів концентрації в галузі.

Ключові фактори успіху підприємства є результатом взаємодії зі структурою галузі і залежать від його стратегічних цілей.

Аналіз галузі дозволив нам виділити такі ключові фактори успіху підприємства з перероблення насіння олійних культур:

- наявність стабільної сировинної зони; наявність оборотних коштів; завантаженість переробних потужностей;
- диверсифікація переробки олієвмісної сировини;
- комплексність переробки сировини; якісні характеристики насіння олійних культур;
- інноваційність (упровадження нових видів продукції, нових технологій, сучасного обладнання).

Показники системи оцінювання ефективності повинні характеризувати стратегічні цілі й ключові фактори успіху підприємства, а також бути вимірюваними і чутливими до змін цілей підприємства і ключових факторів його успіху.

Як зазначається [4], схема опису показника складається з таких елементів: назва; об'єкт вимірювання; одиниці вимірювання; методика (формула) розрахунку; період вимірювання; цільове значення показника.

Порядок визначення показників ефективності в межах третього етапу має такі стадії: визначення показників, які характеризують стратегічні цілі підприємства в цілому; визначення показників (наскрізні показники, всі інші показники) за окремими структурними підрозділами підприємства; визначення причинно-наслідкових зв'язків між показниками системи.

Під час визначення ключових показників діяльності слід керуватися принципом «зверху-вниз», тобто спочатку визначаються показники з підприємства в цілому, а потім послідовно показники за структурними підрозділами підприємства.

На етапі визначення ключових показників за окремими структурними підрозділами спочатку визначаються «наскрізні» показники за підприємством в цілому, а потім решта показників діяльності. «Наскрізні» показники використовуються як на рівні підприємства, так і на рівні окремого структурного підрозділу. Указані показники проходять через усі рівні підприємства, характеризують його стратегічні цілі й дозволяють оцінити внесок кожного структурного підрозділу в спільні результати діяльності підприємства.

«Наскрізними» показниками можуть використовуватися фінансові. Під час визначення решти показників діяльності слід враховувати ключові фактори успіху і стратегічні цілі кожного структурного підрозділу. На кожну стратегічну ціль підприємства доцільно відбирати не більше 2–3 показників. На цьому етапі особливе значення має визначення випереджаючих показників, здатних

характеризувати не результати діяльності підприємства в попередній період, а його ефективність у майбутньому.

Головною вимогою до побудови системи оцінки ефективності є наявність чітко сформульованих стратегічних цілей підприємства, де у межах кожної з них виділяють ключові фактори успіху для їх досягнення (рис. 1).

Визначення ефективності функціонування підприємства передбачає оцінювання ефективності за трьома аспектами, які є джерелами минулої, поточної і майбутньої ефективності. Дуалістична природа категорії «ефективність функціонування підприємства» проявляється у тому, що результативна система може бути неекономною, а економна система може бути не результативною.

А тому це вимагає, окрім оцінювання результатів функціонування підприємства, оцінювати й алгоритм їх досягнення, а також склад і структуру підприємства як системи.

Побудова методики оцінки ефективності передбачає врахування принципів, які визначають головні її функції і сферу застосування.

Принципи оцінювання ефективності – загальні вимоги і обмеження, які пред'являються до процесу оцінки ефективності підприємства.

Принцип системності передбачає дослідження і вивчення господарських процесів із позицій виявлення зовнішніх взаємозв'язків з іншими об'єктами аналізу та їх елементами. У межах теорії систем підприємство постає сукупністю взаємопов'язаних елементів (підсистем, кожна з яких, у свою чергу,

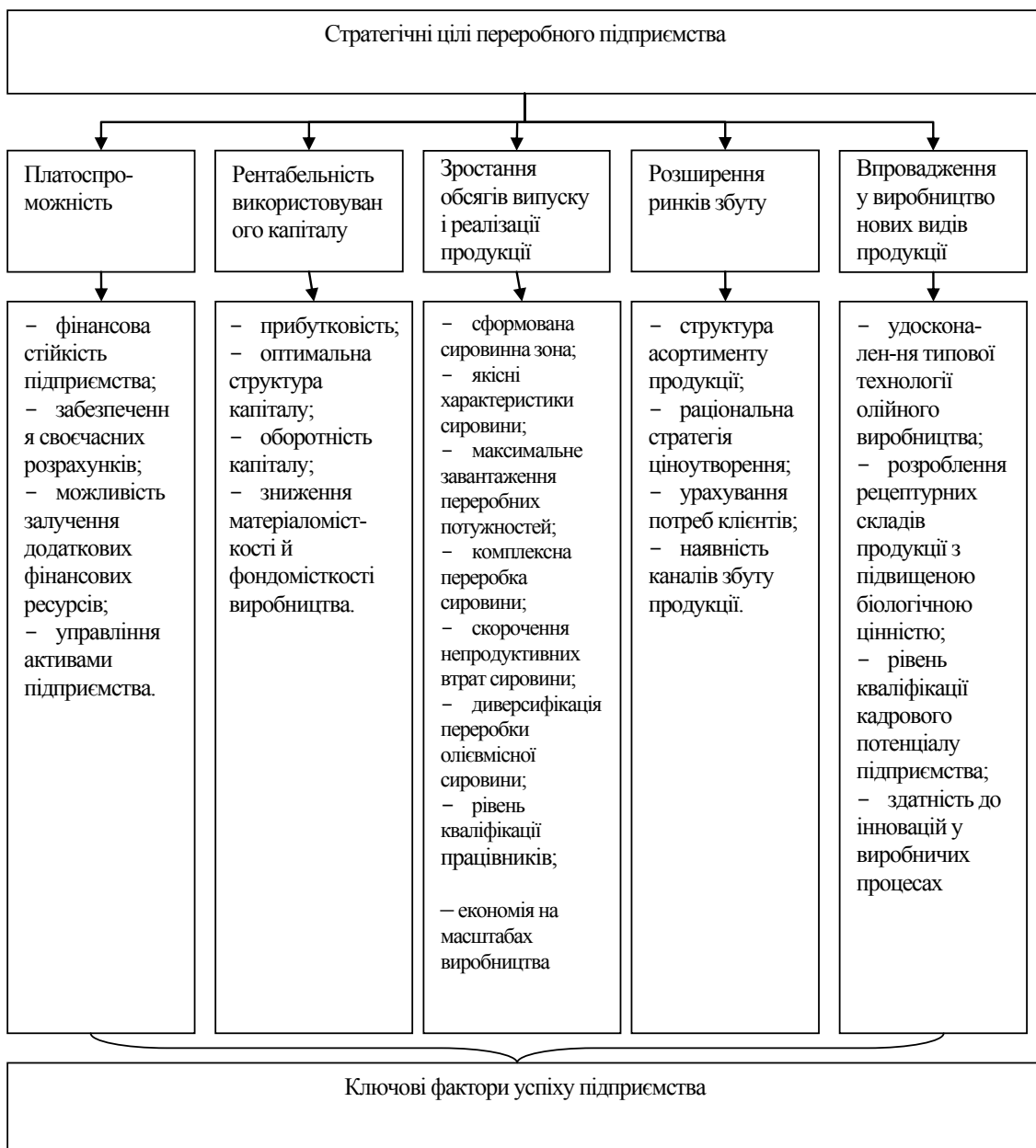


Рис. 1. Стратегічні цілі й ключові фактори успіху підприємства

розглядається системою наступного порядку) з точки зору утворення певного корисного ефекту.

Принцип комплексності полягає у вивченні господарських процесів і виявленні залежностей між ними.

Принцип урахування специфіки діяльності підприємства полягає в тому, що, незважаючи на обрану концептуальну модель системи оцінювання ефективності, все ж специфічні характеристики досліджуваного підприємства є важливішими і мають бути враховані.

Принцип врахування взаємозв'язку результатів діяльності підприємства з етапами циклу створення і реалізації продукції передбачає використання різних показників залежно від етапу створення і реалізації продукції.

Принцип використання кількох критеріїв ефективності ґрунтується на тому, що сучасна маркетингова концепція підприємництва передбачає множинність цілей функціонування підприємства.

Принцип багаторівневої субординації критерію передбачає використання загальних і часткових критеріїв, при чому залежно від рівня ієрархії один і той же критерій може бути як частковим, так і загальним. Необхідним є дотримання узгодженості і впорядкованості загальних і часткових критеріїв на всіх рівнях підприємства.

Принцип формалізованості передбачає встановлення й опис передбачуваних логічних причинно-наслідкових зв'язків між результативними показниками і різними факторними ознаками у вигляді детермінованих і стохастичних факторних моделей для виявлення резервів ефективності підприємства.

Принцип забезпечення співставності й порівнянності показників ефективності передбачає дотримання умов, за яких можлива порівнянність показників і характеристик, отриманих різними методами або в різний час.

Принцип урахування фактора часу ґрунтується на тому, що час є ресурсом, оскільки всі процеси включають таку характеристику, як час. Економічний ефект може бути зведеним до економії часу. Час має самостійне змістовне значення як ресурс чи системоутворюючий фактор. Отже, дослідження результативності на рівні підприємства не тільки має часову визначеність усіх розрахунків чи висновків на їх основі, але й розглядає фактор часу окремим об'єктом управління на рівні підприємства.

Принцип безперервності передбачає постійне, а не епізодичне спостереження за станом і розвитком господарських процесів.

Указані принципи оцінки ефективності повинні відповідати принципам ефективності підприємства, які можна визначити вимогами щодо функціонування підприємства, дотримання яких забезпечить його результативність, економічність, прибутковість.

Принцип постановки чітких цілей і завдань передбачає необхідність визначення і розроблення чітких напрямів діяльності підприємства.

Принцип відповідності поставлених цілей виділеним ресурсам вимагає, аби кожній цілі відповідав набір матеріальних, фінансових і людських ресурсів, які повинні забезпечити виконання визначених завдань.

Принцип забезпечення стійкості ринкових позицій підприємства передбачає надання вищого пріоритету цілям, які характеризують стійкість ринкових позицій підприємства, реалізуючи принципи маркетингу як ринкової концепції управління. Такий підхід створює умови для успішного функціонування підприємства в довгостроковій перспективі. Оцінка ефективності проводиться з урахуванням стратегічних пріоритетів, а серед оціночних показників переважають показники, що характеризують результативність зусиль у різних стратегічних напрямках.

Принцип відповідності результативності й економічності вимагає віднайти на підприємстві відповідність між витратами і результатами. Підвищення результативності завжди пов'язане зі зростанням якості продукції, а це, у свою чергу, призводить до підвищення витрат. При цьому необхідним є дотримання певних пропорцій між ресурсами, інтелектуально-інформаційним потенціалом (капіталом) та фондом часу для забезпечення можливості отримання економічних результатів. Теоретично можна говорити про існування оптимальних чи найбільш ефективних пропорцій усіх трьох указаних компонентів, притаманних певній сфері бізнесу, які дозволяють забезпечувати відповідний рівень результативності діяльності підприємства.

Принцип раціональності полягає у тому, що підприємницька діяльність направлена на досягнення певної цілі, хоча й не завжди до неї призводить, але обов'язково закінчується результатом, навіть якщо він не запланований або не має позитивного характеру. Якщо такий результат збігається з ціллю, то діяльність визнається раціональною.

Принцип екологоефективності передбачає необхідність мінімізації несприятливого впливу підприємства і його продукції на навколишнє середовище, а також підвищення ступеню раціонального використання природних ресурсів на підприємстві.

Принцип свободи вибору критеріїв передбачає можливість зміни критеріїв на будь-якому етапі функціонування підприємства чи ухвалення рішень залежно від обставин.

Ураховуючи вищенаведені принципи, результат функціонування характеризує поточну і минулу ефективність підприємства, алгоритм функціонування – поточну і майбутню ефективність підпри-

емства, а показники структури дозволяють спрогнозувати майбутню ефективність.

У межах аспекту «Результат функціонування» застосовуються критерії результативності виду «фактично отримані результати – теоретично можливі результати» і критерій прибутковості (рис. 2).

Джерелами отримання економічного ефекту (як результату функціонування на підприємстві) є виробнича діяльність, управлінська діяльність,

економічна конкуренція. Прибутковість підприємства може зростати, якщо підприємство отримує дохід (виручку від реалізації), яка значно перевищує його витрати, внаслідок зростання цін на продукцію. При цьому продуктивність може як зростати, так і знижуватись.

У межах аспекту «Алгоритм функціонування підприємства» розглядається технологічна ефективність або інтенсивність як характеристика

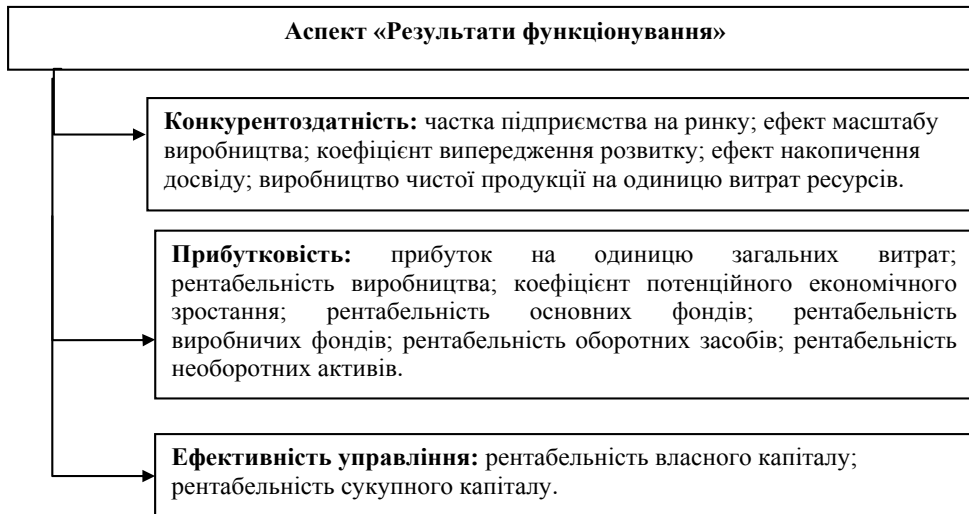


Рис. 2. Критерії і показники в межах аспекту «Результати функціонування»

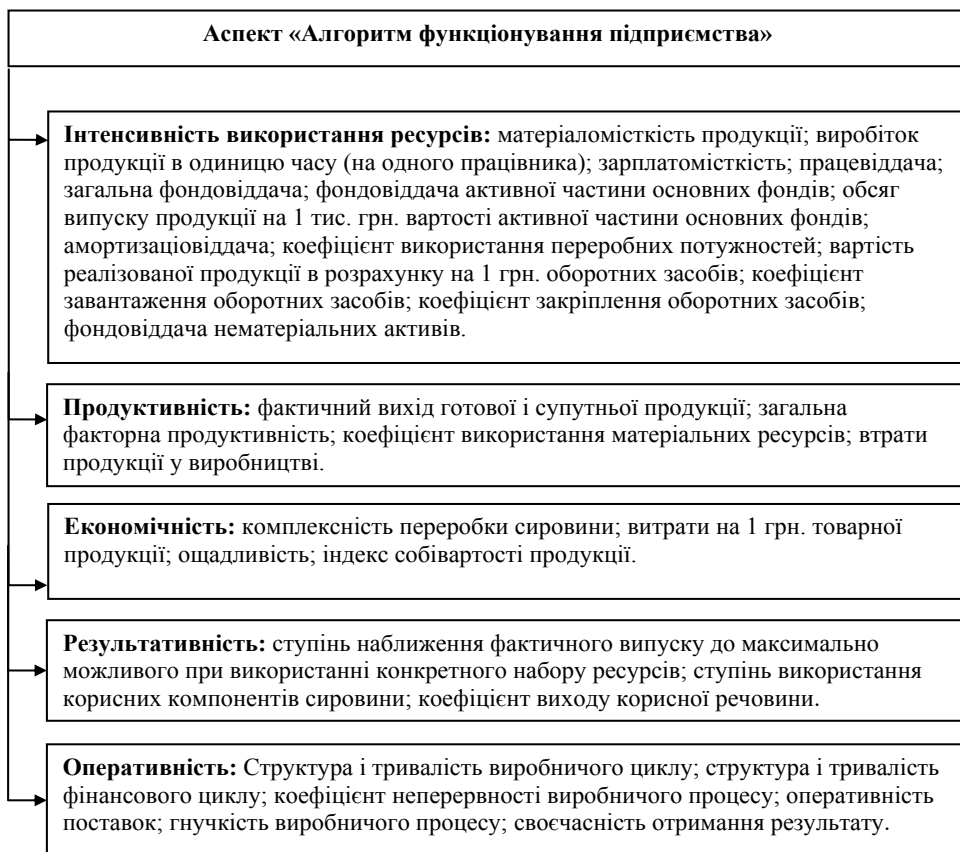


Рис. 3. Критерії і показники в межах аспекту «Алгоритм функціонування підприємства»

спожитих ресурсів у виробництві (критерій типу «фактичний обсяг випуску – обсяг окремого виду ресурсу, спожитого у виробництві»); продуктивність («обсяг випуску – обсяг витрат всіх видів ресурсів, спожитих у виробництві») економічність як характеристика витрат ресурсів («планове споживання ресурсів – фактично спожиті ресурси»); оперативність як характеристика витрат часу для досягнення цілей підприємства (отримання результату в нормативно задані строки чи в ритмі об'єктивної потреби в ньому, яка визначається виробничими циклами чи процесами внутрішнього середовища) (рис. 3).

Інтенсивність використання ресурсів характеризує віддачу окремого виду застосовуваних ресурсів, але не дозволяє комплексно охарактеризувати результативність й ефективність алгоритму функціонування підприємства.

Продуктивність (як критерій ефективності) визначається технологією, застосовуваною на

підприємстві під час переробки сільськогосподарської сировини, і має довгостроковий характер.

Технологія математично описується за допомогою моделі виробничої функції. Економічність дозволяє оцінити ощадливість використання ресурсів під час виробництва продукції.

Результативність характеризує частку, яку становить фактично отриманий ефект від максимально можливої величини, об'єктивно зумовленої наявними можливостями реалізації продукції і технологіями, доступними на сучасному етапі розвитку підприємства (галузі).

Оперативність впливає на величину виручки і прибутковості підприємства в довгостроковому періоді.

У межах аспекту «Організація праці, виробництва, збуту і управління» показниками майбутньої ефективності виступають показники якісного складу і структури персоналу, основних і оборотних фондів, які дозволяють оцінити якісні харак-

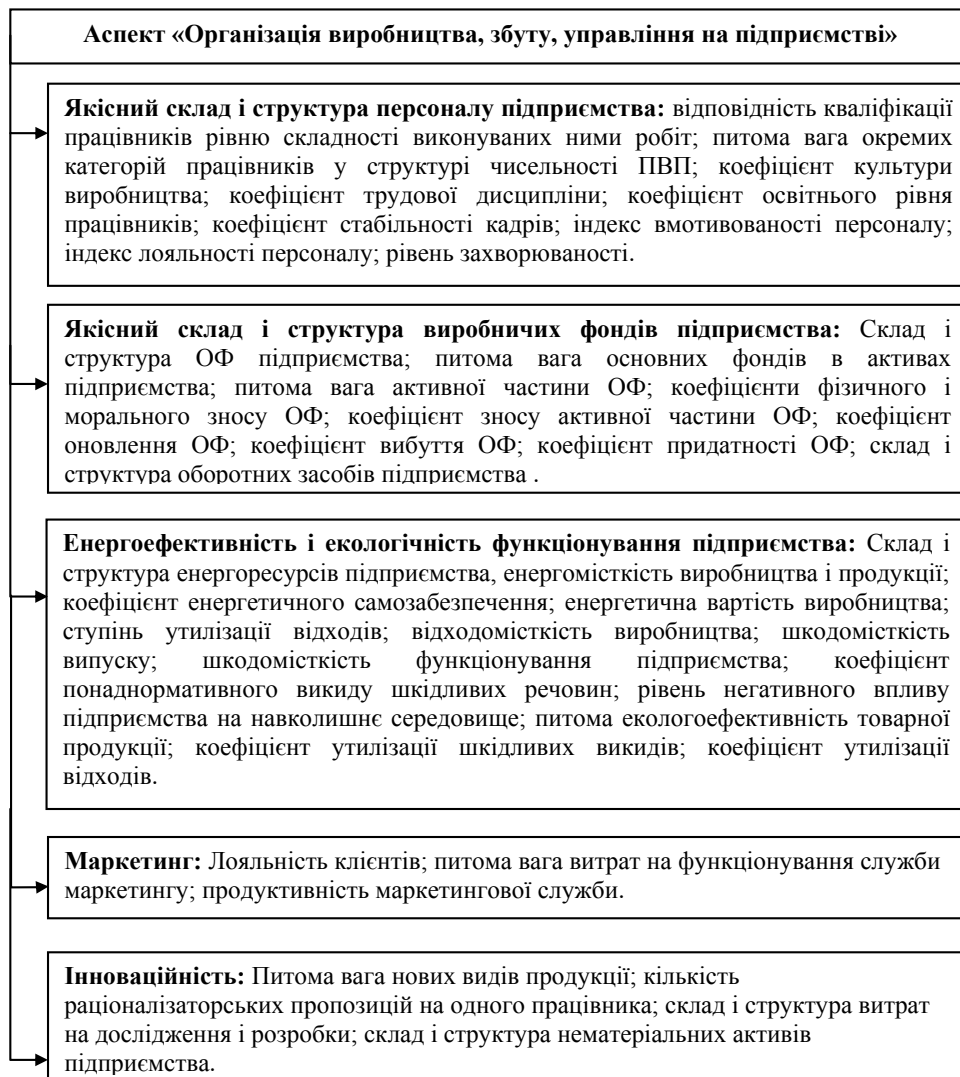


Рис. 4. Критерії і показники в межах аспекту «Організація виробництва, збуту, управління на підприємстві»

теристики потенціалу підприємства, а також показники організації виробництва, інноваційності застосовуваних технологій тощо (рис. 4).

При цьому під впливом технології ресурси підприємства перетворюються на витрати, продуктивність під впливом ринкового механізму трансформується у прибутковість.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, методика оцінювання ефективності функціонування переробного підприємства ґрунтується на комплексному підході до категорії ефективності, поєднуючи функціональні сфери підприємства (виробництво, маркетинг і збут, навчання і розвиток, кадри) і фази відтворювального процесу на ньому, а також дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів. Критерії і показники в межах аспекту «Результати функціонування» відображають сфери одержання економічного ефекту і водночас кінцевий результат усіх фаз відтворювального процесу на підприємстві.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Neely A. Performance measurement system design: A literature review and research agenda. *International Journal of Operations & Production Management*. Vol. 15, No. 4. 1995. pp. 80–116.
2. Saari S. Productivity: Theory and Measurement in Business. *European Productivity Conference*: June, 26, 2006; Espoo, Finland. pp. 2–10. URL: http://www.mido.fi/index_tiedostot/Productivity_EPC2006_Saari.pdf
3. Toni A. Performance measurement systems – models, characteristics and measures. *International Journal of Operations & Production Management*. Vol. 21, No. 1–2. 2001. P. 46–70.
4. Анфилатов В., Емельянов А., Кукушкин А. Системный анализ в управлении: Учеб. Пособие / Под ред. А. Емельянова. Москва: Финансы и статистика, 2002. 368 с: ил.
5. Нили Э., Адамс К., Кеннерли М. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управление им / пер. с англ. Днепропетровск: Баланс – Клуб, 2003. 400 с.
6. Степанов Д. Value – Based Management и показатели стоимости. URL: <http://www.intalev.ru/?id=731>.
7. Янгель Д. Модель EVA: ориентация на стоимость. *Консультант*. 2005. № 23. URL: <http://www.intalev.ru/?id=11492>
8. Kaplan Robert S. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action*. Boston: Harvard Business Press, 1996. 322 p.
9. Редченко К. Показательное несогласие: Balanced Scorecard и Tableau de Bord. URL: <http://www.management.com.ua/strategy/str046.html>.
11. Благодир Л., Петрик В., Принь І. Концепція ефективності фірми в дослідженнях західних науковців. *Науковий вісник ужгородського національного університету, серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. № 13. С. 18–23.
12. Благодир Л. Теоретико-методичні засади оцінки ефективності функціонування підприємства. *Grundprinzipien zur Reform des Wirtschaftssystems unter den Bedingungen der europäischen Integration: kollektive monographie / Yu. V. Pasichnyk, L.O. Shpak, A. O. Khodzhaian u.a. Nurnberg, Deutschland*, 2017. P. 306–319.
13. Благодир Л.М. Конкуренція в олійно-жировій галузі України: поведінковий і функціональний аспекти / Л.М. Благодир, Н.Г. Вигонюк // *Вісник ВПІ*. – 2016. – № 6. – С. 35–42.

УПРАВЛІННЯ ОПТИМІЗАЦІЄЮ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА MANAGING OPTIMIZATION OF THE ENTERPRISE CAPITAL STRUCTURE

УДК 338.58:65.014

Великий Ю.М.

д.е.н., професор кафедри фінансів і кредиту

Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

Тешева Л.В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту

Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

Височін З.В.

студент

Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто особливості управління оптимізацією структури капіталу підприємства. Правильне управління оптимізацією структури капіталу вирішує такі питання, як формування достатнього обсягу капіталу, що забезпечує необхідні темпи економічного розвитку підприємства, що сприяє умовам досягнення максимальної доходності капіталу за умови запланованого рівня фінансового ризику.

Ключові слова: капітал, управління, оптимізація, структура, прибуток, співвідношення, власні ресурси, позикові ресурси.

В статье рассмотрены особенности управления оптимизацией структуры капитала предприятия. Правильное управление оптимизацией структуры капитала решает такие вопросы, как формирование достаточного объема капитала, обеспечивающего необходимые темпы экономического

развития предприятия, что способствует условиям достижения максимальной доходности капитала при запланованном уровне финансового риска.

Ключевые слова: капитал, управление, оптимизация, структура, прибыль, соотношение, собственные ресурсы, заемные ресурсы.

The article deals with the features of management optimization of the capital structure of the enterprise. Correct optimization of the structure of capital, solves such issues as the formation of sufficient capital that provides the necessary rates of economic development of the enterprise, which in turn contributes to the conditions for achieving maximum return on capital at the planned level of financial risk.

Key words: capital, management, optimization, structure, profit, ratio, own resources, loan resources.

Постановка проблеми. Динаміка та особливості соціально-економічних процесів в Україні зумовлюють актуальність для підприємств України питань щодо управління оптимізацією структури капіталу. Керівництво підприємств мають забезпечувати ефективне управління, контроль та своєчасне корегування структури капіталу підприємства.

Управління оптимальною структурою капіталу сприяє отриманню максимального прибутку, рентабельності, фінансовій стійкості та високим показникам ліквідності й платоспроможності. Від правильного формування, величини і раціональної структури значною мірою залежать темпи росту як виробництва продукції, так і національного доходу країни [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз літературних джерел свідчить про великий інтерес учених до питань управління оптимізацією структури капіталу підприємства. Так, цьому питанню присвячено праці таких зарубіжних та вітчизняних учених, як С. Росс, Ф. Модільяні, М. Міллер, С. Майєрс, Н. Майлуф, Ю. Брігхем, І. Бланк, Т. Головка, В. Подольська, С. Сагова, Г. Савицька, І. Яремко, О. Яріш та ін. Усі вони акцентують увагу на оптимальному співвідношенні між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між доходністю та фінансовою стійкістю підприємства [1].

Постановка завдання. Метою статті є систематизація сучасних методик управління оптимізацією структури капіталу підприємств та формування напрямів підвищення її якості.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Ефективність діяльності будь-якого суб'єкта гос-

подарювання залежить від правильної стратегії управління капіталом підприємства, оскільки від співвідношення між власними та позиковими ресурсами залежить фінансовий результат і стан.

Сьогодні не має єдиного універсального методу оптимізації структури капіталу, застосовуючи який підприємство визначило б оптимальне співвідношення між власним і позиковим капіталом.

Кожне підприємство прагне управляти капіталом та його структурою, тобто досягнути такого співвідношення внутрішніх та зовнішніх джерел коштів, яке б здійснювало максимальний позитивний вплив на досягнення його стратегічних цілей.

Регулювання структури капіталу на підприємстві доцільно здійснювати у двох напрямках:

1) обґрунтування оптимальних пропорцій власного і позикового капіталу;

2) залучення необхідних обсягів власного і позикового капіталу для досягнення цільової структури.

Таким чином, процес регулювання структурою капіталу передбачає процес оптимізації цієї структури.

Мета управління структурою капіталу – мінімізувати витрати на залучення довгострокових джерел фінансування і цим забезпечити власникам капіталу максимальну ринкову оцінку вкладених ними коштів.

Виходячи з того, що основною метою оптимізації структури капіталу є пошук оптимального співвідношення між власним і позиковим капіталом, можна сформулювати основні завдання оптимізації структури капіталу [5]:

1) формування необхідної структури капіталу, яка б забезпечила сталий розвиток підприємства;

2) забезпечення умов, за яких підприємство отримуватиме максимальну суму прибутку [7].

Доцільно розглянути основні чинники, що визначають структуру капіталу підприємства (рис. 1)

Аналіз економічної літератури свідчить, що більшість авторів виділяють три методи оптимізації структури капіталу:

– оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. Цей метод ґрунтується на багатоваріантних розрахунках рівня фінансової рентабельності (рентабельності власного капіталу) за різної структури капіталу. Остання виражається через такий показник, як ефект фінансового важеля;

– оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості. Метод ґрунтується на попередній оцінці власного і позиченого капіталів за різних умов їх формування, обслуговування та здійснення багатоваріантних розрахунків середньозваженої вартості капіталу і, таким чином, пошуку найбільш реальної ринкової вартості підприємства;

– оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків. Він пов'язаний із процесом диференційованого вибору джерел фінансування різних складників активів підприємства: необоротних, оборотних (із розбиттям їх на постійну і змінну частини) [4].

Оптимізацію структури капіталу вітчизняних підприємств варто здійснювати за допомогою послідовного виконання деяких етапів (рис. 2).

На основі цих етапів підприємство визначає на плановий прогнозний період – найбільш прийнятну для себе структуру капіталу. Основні методичні підходи щодо оптимізації структури капіталу представлено на рис. 3.

Аналіз літературних джерел дав змогу зробити висновки, що методику оптимізації структури капіталу доцільно побудувати у три етапи [8]:

1) здійснення фінансового аналізу структури капіталу.

2) визначення інтегрованих шляхів оптимізації структури капіталу (рис. 4).

3) створення ефективної концепції збереження власного капіталу.

Запропоновані західними економістами теорії структури капіталу не дають конкретного рецепту щодо формування та зміни співвіднесення власного та позикового капіталу. Вони лише визначають деякі суттєві моменти та намагаються розподілити акценти під час ухвалення рішень з фінансування. Ураховуючи особливості умов, у яких функціонують підприємства, середовище, а також специфіку діяльності, можна обрати ефективніший шлях оптимізації.

Отже, можна виділити фактори, які враховуються в управлінні оптимізацією структури капіталу [2]:

1) галузеві особливості операційної діяльності підприємства: характер цих особливостей визначає структуру активів підприємства, ліквідність; характер галузевих особливостей визначає різну тривалість операційного циклу. Чим менший період операційного циклу, тим більшою мірою (за

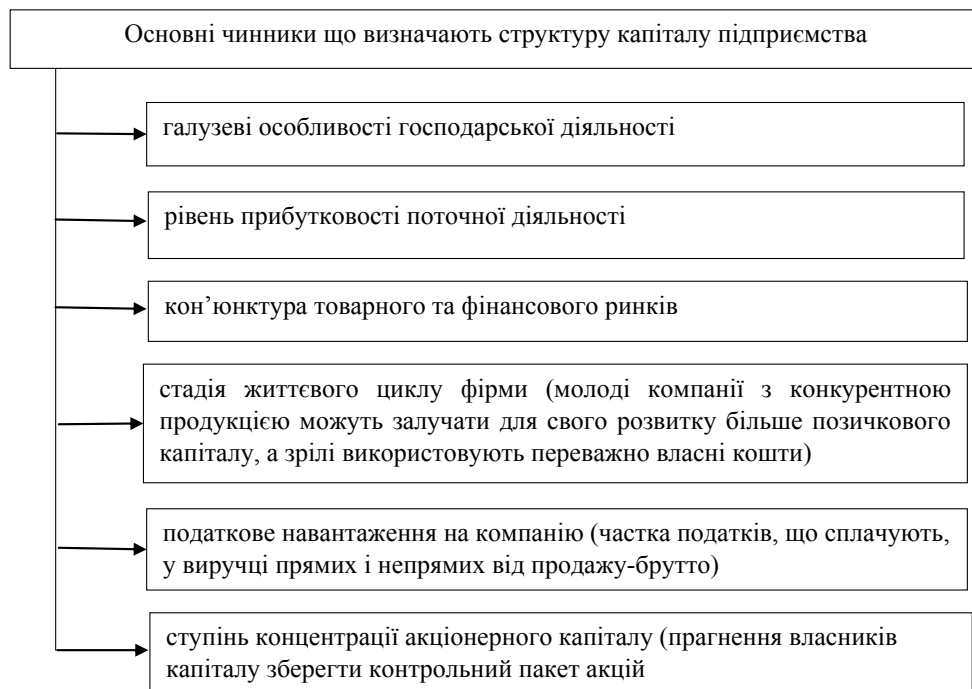


Рис. 1. Основні чинники, що визначають структуру капіталу підприємства [6]

Етапи оптимізації структури капіталу підприємства

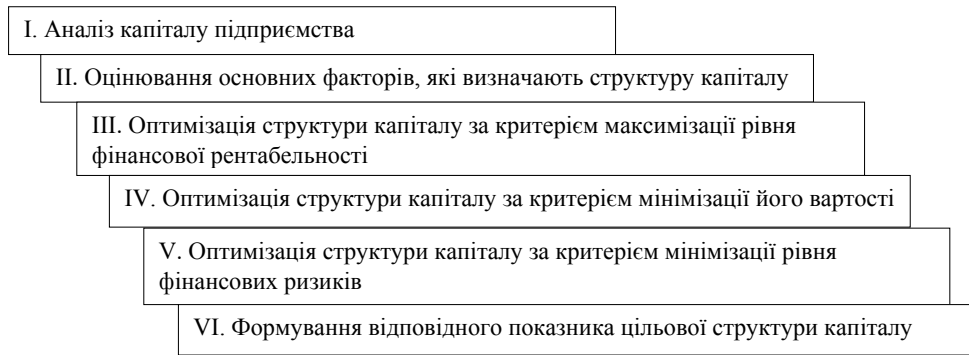


Рис. 2. Етапи оптимізації структури капіталу підприємства

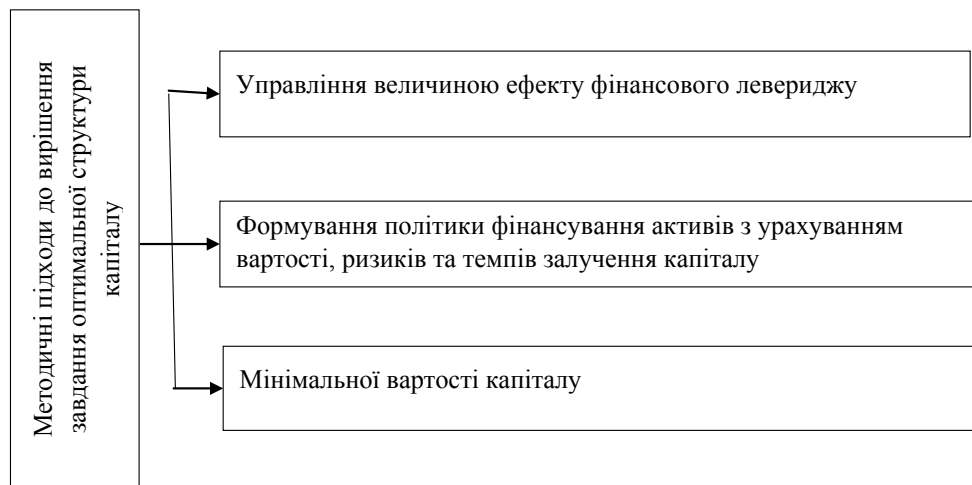


Рис. 3. Методичні підходи до вирішення завдання оптимальної структури капіталу

інших рівних умов) може бути використаний позичений капітал;

2) стадія життєвого циклу підприємства: підприємства, що знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу і мають конкурентоспроможну продукцію, можуть у своїй діяльності використовувати більшу частину позиченого капіталу; рівень фінансових ризиків у цих підприємств високий, і це враховують їхні кредитори;

3) кон'юнктура товарного та фінансового ринку: чим стабільніша кон'юнктура товарного ринку, тим більше і безпечніше можна використовувати позичений капітал; в умовах нестабільної кон'юнктури використання позиченого капіталу призводить до зниження рівня прибутковості та ризику втрати платоспроможності; залежно від стану кон'юнктури фінансового ринку зростає або знижується вартість позиченого капіталу; за умов суттєвого зростання вартості позиченого капіталу диференціал фінансового левеїджу може досягнути від'ємного значення, що призведе до різкого зниження фінансової рентабельності, а подекуди – до збиткової операційної діяльності;

4) рівень рентабельності операційної діяльності: за рахунок високого значення цього показника кредитний рейтинг підприємства зростає, тому в нього є можливість розширити потенціал використання позиченого капіталу;

6) коефіцієнт операційного левеїджу: зростання підприємства забезпечується спільним виявом ефекту операційного і фінансового левеїджу; таким чином, підприємства, у яких зростає обсяг реалізації продукції, але за рахунок галузевих особливостей її виробництва має низький коефіцієнт операційного левеїджу, можуть значно збільшити коефіцієнт фінансового левеїджу, тобто використати більшу частину позичених засобів у загальній сумі капіталу;

7) ставлення кредиторів до підприємства: у деяких випадках, не дивлячись на високу фінансову стійкість підприємства, кредитори можуть формувати негативний імідж цього підприємства і знижувати його кредитний рейтинг;

8) рівень оподаткування прибутку: в умовах низьких ставок податку на прибуток або використання підприємством податкових пільг на прибуток

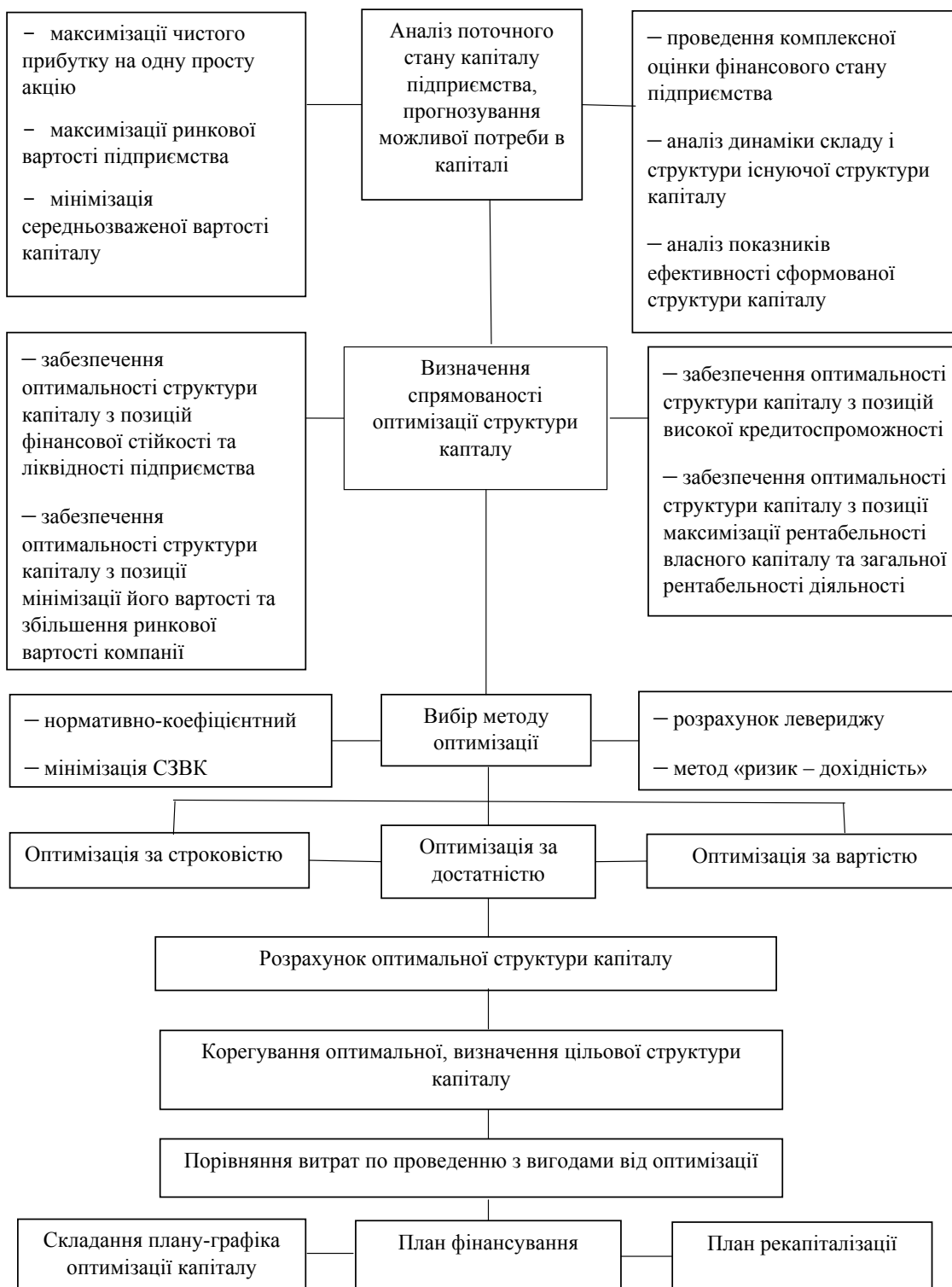


Рис. 4. Методологія оптимізації структури капіталу [8]

різниця у вартості власного і позиченого капіталу, що залучається із зовнішніх джерел, знижується; це пов'язано з тим, що ефект податкового коректора під час використання позичених засобів зменшується; у таких умовах слід формувати капітал із зовнішніх джерел переважно за рахунок емісії акцій, тобто за рахунок залучення додаткового пайового капіталу; водночас за високої ставки

оподаткування прибутку суттєво підвищується ефективність залучення позикового капіталу;

9) фінансовий менталітет власників і менеджерів підприємства: неприйняття власниками і менеджерами високих рівнів ризиків формує у них консервативний підхід щодо фінансування розвитку підприємства, основою якого є власний капітал; і навпаки, прагнення отримати великий прибуток

на власний капітал, не звертаючи уваги на високий рівень ризиків, формує агресивний підхід до фінансування розвитку підприємства, де позичений капітал використовується в максимально можливих розмірах;

10) рівень концентрації власного капіталу: для того, щоб зберегти фінансовий контроль за управлінням підприємством (контрольний пакет акцій або контрольний обсяг пайового вкладу) власники підприємства не бажають залучати додатковий власний капітал із зовнішніх джерел, якщо навіть для цього є сприятливі умови.

Процес управління оптимізацією структури капіталу підприємства передбачає існування цільової структури капіталу, тобто таке співвідношення її елементів, яке дозволить забезпечити досягнення обраного критерію оптимізації. Цей показник відображає фінансову ідеологію її власників або менеджерів та входить у систему стратегічних цільових нормативів його розвитку [2].

Висновки з проведеного дослідження. Визначення оптимальної структури капіталу підприємства потребує вибору компромісу між ризиком та доходністю, між переважною часткою власного або ж позикового капіталу в загальній сумі капіталу, враховуючи переваги та недоліки їх залучення та використання [2].

Оптимізація структури капіталу підприємства повинна спиратись на певні критерії, які є індикаторами визначення оптимального поєднання власних та позикових джерел формування капіталу залежно від цілей діяльності підприємства, а саме: мінімізація середньозваженої вартості капіталу, максимізація рентабельності власного капіталу за однозначної мінімізації ризику [2].

Ефективність діяльності суб'єкта підприємництва значною мірою залежить від рівня розвитку та вдосконалення системи управління оптиміза-

цією структури капіталу підприємства. Оптимізація структури капіталу підприємства є одним з основних атрибутів діяльності (від моменту створення підприємства до його ліквідації або реорганізації, а тому важливою характеристикою будь-якого підприємства є ефективність його управлінської системи).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Глушенко В., Кравець А. Оптимізація структури капіталу акціонерних товариств на основі багатокритеріального підходу як напрям удосконалення фінансово-кредитного механізму їх розвитку. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/14101/1/8_49-56_Vis_725_Ekonomika.pdf
2. Дуда С., Палько В. Узагальнення методичних підходів до оптимізації структури капіталу підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.2. С. 227–233.
3. Міняйленко І., Носенко О. Особливості оптимізації структури капіталу підприємств агропромислового комплексу. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/311.pdf>
4. Наумова Н., Герасимов Б., Пархоменко Л. Эффективное управление капиталом и источниками его покрытия на промышленных предприятиях региона. Тамбов: ТГТУ, 2004. 104 с.
5. Подольська В., Яріш О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: Центр навч. л-ри, 2010. 488 с.
6. Приймак І. Стратегічний аналіз фінансової стійкості підприємства. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2012. № 3. С. 55–68.
7. Рибіцька А. Управління капіталом підприємства на основі оптимізації структури позикового капіталу. Фінансовий простір. 2014. № 2 (14). С. 144–148.
8. Шпак Н., Рудницька О. Система управління капіталом підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.10. С. 257–261.

КОЛЕКТИВНИЙ ДОГОВІР ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

ENTERPRISE BARGAINING AGREEMENT AS AN INSTRUMENT OF STRATEGIC INNOVATIVE PERSONNEL ACTIVITY

УДК 331.1

Волкова Л.О.

старший викладач
Харківський національний
аерокосмічний університет
імені М.Є. Жуковського,
аспірант

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

У статті запропоновано використовувати колективний договір як інструмент стратегії підвищення інноваційної активності персоналу. Здійснено аналіз існуючих заходів, що використовуються на практиці. Визначено шляхи вдосконалення заходів колективного договору, які націлені на розвиток інноваційного процесу.

Ключові слова: інноваційна активність, внутрішні чинники, зовнішні чинники, колективний договір, стратегія інноваційної активності персоналу.

В статье предложено использовать коллективный договор как инструмент стратегии повышения инновационной активности персонала. Проведен анализ существующих мер, используемых на практике. Определены пути совершенствования меро-

ятий коллективного договора, которые нацелены на развитие инновационного процесса.

Ключевые слова: инновационная активность, внутренние факторы, внешние факторы, коллективный договор, стратегия инновационной активности персонала.

In the article it was suggested to use the collective agreement as an instrument of the strategy of increasing the innovative activity of the personnel. The analysis of existing measures used in practice. The ways of improving the activities of the collective agreement, which are aimed at the development of the innovation process, are defined.

Key words: innovative activity, internal factors, external factors, bargaining agreement, strategic innovative personnel activity.

Постановка проблеми. Стимулювання інноваційної діяльності підприємства все більше набуває пріоритету в його розвитку, тому що конкурентні позиції на ринку визначаються не лише забезпеченістю основними видами стратегічних матеріальних ресурсів, але й безпосередньо залежать від досягнень підприємств у сфері інновацій, здатності створювати та ефективно використовувати нові знання, виступаючи необхідною умовою успішної конкуренції й економічного зростання. Ефективне функціонування підприємства може бути забезпечено за умов чітко налагодженої роботи у сфері інноваційної діяльності як одного з головних складників стратегічного плану розвитку підприємства [1; 2, с. 118–120].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку інноваційної діяльності підприємства та інтелектуально-творчої діяльності персоналу приділяється чимало уваги. Розвитку теоретико-методологічних та прикладних аспектів інноваційної діяльності працівника присвятили роботи такі зарубіжні вчені економісти: Т. Амабайл, Е. Дандон, П. Друкер, П. Завлін, В. Іноземцев, Б. Мільнер, К. Найт, Е. Роджерс, Б. Санто, Б. Твісс, Р. Фостер та ін. Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у розроблення цих питань зробили вчені О. Амоша, В. Антонюк, В. Базилевич, В. Геєць, І. Галиця, Н. Гончарова, О. Грішнова, В. Євтушевський, Н. Краснокутська, А. Колот, Г. Назарова, В. Онікієнко, І. Петрова, М. Семікіна, Л. Федулова, Д. Черваньов, В. Черненко, А. Чухно, О. Ястремська та ін.

Постановка завдання. Незважаючи на значну кількість наукових робіт, питання стимулювання праці у сфері інноваційної діяльності вивчено недостатньо. Об'єктивна необхідність наукового

і прикладного опрацювання проблематики організації інноваційної діяльності персоналу, її практична важливість на тлі підвищення ролі інновацій в економічному розвитку зумовлюють актуальність досліджень та розроблення методологічних підходів до стимулювання праці у цій сфері діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна активність – це комплексна характеристика інтенсивності інноваційної діяльності підприємства та його персоналу, яка зумовлена можливостями і факторами внутрішнього середовища, а також залежить від сприятливих умов зовнішнього оточення [3].

Таким чином, можна виділити дві групи факторів, що визначають інноваційну активність: внутрішні, що забезпечують управління внутрішніми економічними ресурсами, використовуваними в процесі інноваційної діяльності на підприємстві, і зовнішні, що сприяють розвитку, використанню, поширенню та розширенню її результатів на ринку.

Внутрішні чинники – це істотні особливості підприємства, що визначають його інноваційну діяльність: мотивоване керівництво; інтеграцію технологічних і організаційно-управлінських інновацій; високу продуктивність; ефективні відносини з персоналом, широке залучення його в інноваційний процес; безперервне організаційне навчання [4].

Зовнішні чинники – це неконтрольовані з боку підприємства сили, які впливають на її внутрішні процеси.

До зовнішніх факторів належать такі: використання зовнішніх джерел для реалізації всіх фаз інноваційного процесу (від відкриття і розроблення до комерціалізації); комунікації із замовниками, діловими партнерами, інвесторами, конкурентами, дослідницькими організаціями та

вишами; лобювання інтересів у державних інституційних структурах, конкуренцію на зовнішньому ринку, політичну ситуацію всередині країни або на міжнародному рівні, державну стратегію ставлення до інновацій, податкову політику (пільги по оподаткуванню при впровадженні нововведень), забезпечення свобод наукового і науково-технічної творчості, правової охорони інтелектуальної власності [4; 5]. Інноваційна активність підприємства залежить і від інших зовнішніх факторів: інформаційно-комунікаційних, можливості швидко отримувати необхідну інформацію; попиту і пропозиції, що визначають зв'язки між виробництвом і споживанням; можливості отримання додаткового прибутку, яка є спонукальним мотивом для освоєння інновацій; циклічності розвитку, що зумовлює зв'язок ділової активності з певною фазою циклу, науково-технічного розвитку, динаміки законодавчої бази, розвитку фінансового ринку [6; 7].

Аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, їх зв'язків і механізмів взаємодії показав, що залишається відкритим питання про системні механізми управління інноваційним розвитком підприємства через підвищення інноваційної активності персоналу. Одним із механізмів, що забезпечують реалізацію стратегії підвищення інноваційної активності персоналу є колективний договір.



Рис. 1. Основні напрямки регулювання за допомогою колективного договору

Джерело: розроблено автором на основі [8; 9]

Колективним договором, відповідно до Рекомендації МОП № 91 «Про колективні договори» (1951 р.), визнається всяка письмова угода щодо умов праці та найму. У колективний договір можуть включатися такі питання взаємовідносин працівників і роботодавців: форми, системи і розміри оплати праці; зайнятість, перенавчання умови вивільнення працівників; робочий час і час відпочинку, включаючи питання надання та тривалості відпусток; поліпшення умов охорони праці працівників; екологічна безпека та охорона здоров'я працівників на виробництві; гарантії і пільги працівникам, що поєднують роботу з навчанням; оздоровлення та відпочинок працівників і членів їх сімей; часткова або повна оплата харчування працівників; інші питання, визначені сторонами. Основні питання, що підлягають регулюванню за допомогою колективного договору представлені на рис. 1.

Колективний договір є документом, який офіційно закріплює домовленості, досягнуті в переговорному процесі між роботодавцем і працівниками підприємства, представниками яких виступає профспілка.

На рис. 2 представлена послідовність підготовки колективного договору на підприємстві.

Автор пропонує використовувати колективний договір інструментом стратегії підвищення інноваційної активності персоналу. Із цією метою на

етапі збору та аналізу пропозицій необхідно висунути такі, що стимулюють інноваційну активність. Ініціатором пропозицій повинна виступати адміністрація підприємства. Це заходи з матеріального стимулювання працівників-інноваторів.

Цікавим є проведення аналізу існуючих заходів щодо підвищення інноваційної активності персоналу в колективних договорах. Із цією метою були вивчені колективні договори ДНВП «Об'єднання Комунар» і ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД» [11,12].

Для реалізації інноваційного розвитку адміністрації підприємств проводять кадрову роботу за такими напрямками:

- моніторинг ринку праці й підбір кваліфікованих робітників і фахівців для підприємства;
- омолодження кадрового складу;
- закріплення на підприємстві молоді, створення умов для швидкого освоєння професій і спеціальностей;
- атестація персоналу підприємства;

- підготовка кадрового резерву;
- навчання та підготовка персоналу;
- удосконалення програми мотивації персоналу.

Відповідно до колективних договорів, адміністраціями цих підприємств взяті такі зобов'язання:

- здійснюється підвищення професійного рівня кадрів через систему підвищення кваліфікації;
- працівники, які навчаються в середньотехнічних і вищих навчальних закладах, а також на курсах підвищення кваліфікації, не залучаються без їх згоди до роботи понаднормово, не направляються у відрядження, що перешкоджають проходженню навчального процесу;

- професійне зростання працівників забезпечується через призначення чергових розрядів відповідно до вимог тарифікаційних нормативів і рішеннями кваліфікаційної комісії підприємства;
- згідно із затвердженим графіком проводиться атестація на відповідність займаній посаді для визначення ділових якостей керівників, фахівців і службовців.

Найважливішим фактором забезпечення виконання стратегії інноваційної активності персоналу є матеріальне стимулювання працівників, яке проводиться за рахунок зростання фонду оплати праці.

Умовами зростання фонду оплати праці на підприємствах є збільшення обсягів виробництва, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції.

Відповідно до колективного договору на ДНВП «Об'єднання Комунар» основою організації оплати праці є тарифна система, яка включає тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів.

На підприємстві застосовуються погодинна і підрядна форми оплати праці.

Із метою стимулювання ініціативи підрозділів ДНВП «Об'єднання Комунар» із самостійного пошуку нових замовлень виробництва й отримання додаткових коштів на оплату праці та преміювання за рахунок виконання робіт (послуг) сторонніми підприємствами (організаціям), впроваджено Положення про порядок укладання договорів зі сторонніми підприємствами (організаціям) на виконання додаткових робіт (послуг) цехами, відділами, службами, філіями ДНВП «Об'єднання Комунар» і заохочення за результатами їх виконання. Максимальний розмір премії не повинен перевищувати 50% від посадового окладу.



Рис. 2. Процес підготовки колективного договору на підприємстві

Джерело: розроблено автором на основі [8; 10]

Крім того, нараховуються доплати і надбавки працівникам підприємства згідно із затвердженим переліком до колективного договору:

- надбавка за високі досягнення у праці до 50% від посадового окладу;
- надбавка за виконання особливо важливих робіт на термін їх виконання до 100% від посадового окладу;
- надбавка за високу професійну майстерність від 12% до 24% від тарифної ставки;
- надбавка за інтенсивність і напруженість праці до 50% від посадового окладу;
- доплата за науковий ступінь (кандидат наук – 15% від посадового окладу; доктор наук – 25% від посадового окладу).

Наступним етапом стимулювання інноваційної активності персоналу є психологічна мотивація, яка залежить від особистих цінностей людини, які активно впливають на діяльність підприємства, ставити цілі і досягати їх, швидко і правильно вирішувати завдання.

На ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД» проводиться щорічний, постійно діючий конкурс із щоквартальним підбиттям підсумків на кращу постановку винахідницької та раціоналізаторської роботи серед колективів підприємства, творчих бригад і окремих раціоналізаторів. Працює положення про преміювання за сприяння винахідництва і раціоналізації, що передбачає преміювання за підсумками кварталу до 1,5 посадового окладу [12].

Розмір винагороди за раціоналізаторську пропозицію

Сума річної економії, грн.	Винагорода за рацпропозицію
До 500	7% економії +20 грн.
Від 500 до 1000	5% економії +30 грн.
Від 1000 до 5000	3% економії +50 грн.
Від 5000 до 50 000	2% економії +100 грн.
Від 50 000 до 100 000	1% економії +600 грн.
Від 100 000 та вище	0,5% економії +1100 грн.

Джерело: колективний договір [12]

Розмір винагороди за раціоналізаторську пропозицію залежить від річної економії і визначається за шкалою преміювання (табл. 1).

Дослідження показали, що в більшості підприємств і організацій не розроблена система управління інноваційною активністю персоналу і відсутня стратегія, що не дозволяє вітчизняним підприємствам перейти на рейки інноваційного розвитку. У кращому випадку стимулюється раціоналізаторська і винахідницька діяльність працівників і вводяться окремі елементи розвитку людського капіталу. Однак ці досить боязкі посилення на забезпечення навчання та підвищення кваліфікації не можна назвати системними.

Класична модель мотивації передбачає, що мотивація ініціюється усвідомленим або неусвідомленим визнанням наявності незадоволених потреб. Ці потреби створюють бажання (мотив) досягти певної мети [13]. У нашому випадку система управління інноваційною активністю персоналу повинна створювати умови для виникнення мотиву і надавати можливості досягнення, а отже, задоволення потреби новатора.

Натепер жорсткій критиці піддається тарифно-окладна система оплати праці, оскільки зарплата не залежить від ефективності праці, а ініціатива, як правило, не заохочується. У цих умовах працівник починає економити свою робочу силу і знижується мотивація. Адміністрація підприємств безперервно експериментує із співвідношенням основної та додаткової зарплати, умовами преміювання, набором соціальних пільг, вводять різні форми морального стимулювання.

Висновки з проведеного дослідження. Матеріальна мотивація залишається основою, фундаментом для формування системи мотивації праці, особливо сьогодні, коли основні матеріальні потреби задоволені недостатньо. На це вказують мотиваційні теорії А. Маслоу, К. Альдерфера, Д. МакКлелланда, Ф. Герцберга. Однак цього недостатньо, важливо створити відповідне соціально-психологічне середовище, забезпечивши відповідні умови життя і праці працівників і сформувавши особливу корпоративну культуру, націлену на розвиток інноваційного процесу. Пропаганда фірмового патріотизму, подолання від-

чуження праці, коли підприємство сприймається працівником як не чужий йому бізнес, а як місце, де заробляють гроші, що дозволить забезпечити підвищення активності в інноваційній сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Грішнова О. Економіка праці та соціально-трудова відносина: Підручник. 4-те від., оновлене. Київ: Знання, 2009. 390 с.
2. Гречан А., Волков О., Денисенко М. Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств: монографія. Київ: КНУДТ, 2005. 775 с.
3. Волкова Л. Мониторинг инновационной активности персонала промышленного предприятия. Научково-практичний журнал «Економічні студії». Львів, 2017. № 2 (15). С. 19–22.
4. Трофимов В. Категории «Инновационная деятельность» и «Инновационная активность» в отечественной литературе. Вестник ЧитГУ. 2012. № 7 (86).
5. Посталюк М. Влияние разных факторов экономической системы на инновационные отношения в конкурентной среде. Проблемы современной экономики. Санкт-Петербург, 2005. № 3 (15).
6. Чернова А. Сущность инновационной активности предприятий. Молодой учёный. 2015. № 1. С. 311–312.
7. Авдоница С. Факторы инновационной активности предприятия. Экономические науки. 2010. № 6 (67).
8. Конвенция Международной организации труда № 98 «О применении принципов права на организацию и заключение коллективных договоров» (1949). Конвенции и рекомендации, принятые Международной конференцией труда. Т.1. Женева, 1991.
9. Приміч Д. Зміст права на колективні переговори. Юридичний вісник. 2012. № 3. С. 126–131.
10. Бобко У. Колективні договори як інструмент захисту інтересів працівників соціальних підприємств. Митна справа. 2012. № 2, ч. 2. С. 353–362.
11. Колективний договір на 2015–2019 г. між адміністрацією ГНПП «Объединение Коммунар» і профспілковим комітетом профспілкової організації працівників космічного та загального машинобудування.
12. Колективний договір на 2016–2020 г. между администрацией ГП «Харьковский машиностроительный завод «ФЭД» и профсоюзным комитетом первичной организации профсоюза авиастроителей Украины на ГП «ХМЗ «ФЭД»».

ПРОДУКТИВНІ ЗДІБНОСТІ ЛЮДИНИ ЯК ПОТЕНЦІАЛ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

HUMAN PRODUCTIVE CAPACITIES AS POTENTIAL OF HUMAN CAPITAL OF ENTERPRISE

У статті проведено критичний аналіз та узагальнення підходів до характеристики якостей і властивостей людини-працівника. Визначено, що вони повинні відображати потенціал людини до створення доходу усім учасникам економічних відносин. Запропоновано розуміння продуктивних здібностей людини. Визначено змістовне наповнення продуктивних здібностей за рахунок загальних і професійних компетентностей, їх формування і склад. Систематизовано і доповнено основні іманентні властивості людського капіталу підприємства. Виявлено спільні властивості людського капіталу із іншими видами капіталу.

Ключові слова: людина, продуктивні здібності, капітал, людський капітал підприємства, властивості людського капіталу.

В статье проведен критический анализ и обобщение подходов к характеристике качеств и свойств человека-работника. Определено, что они должны отображать потенциал человека к созданию дохода всем участникам экономических отношений. Предложено понимание производительных способностей человека. Определенно содержательное наполнение производительных способностей за счет общих и

профессиональных компетентностей, их формирование и состав. Систематизированы и дополнены основные имманентные свойства человеческого капитала предприятия. Выявлены общие свойства человеческого капитала с другими видами капитала.

Ключевые слова: человек, производительные способности, капитал, человеческий капитал предприятия, свойства человеческого капитала.

A critical analysis and generalization of approaches to the characteristics of qualities and properties of person-employee is conducted in the article. It is determined that they should reflect the potential of the person to generate income for all participants involved in economic relations. Understanding of productive capacities of a person is suggested. The substantive content of productive capacities is determined due to general and professional competence, their formation and composition. The immanent basic properties of human capital of an enterprise is systematized and supplemented. The properties of human capital common with other types of capital were revealed.

Key words: human, productive capacities, capital, human capital of an enterprise, properties of human capital.

УДК 331.522.4:[330.14:658] (045)

Волошина С.В.

к.е.н., доцент
Донецький національний університету
економіки і торгівлі
імені Михайла Буган-Барановського

Постановка проблеми. Людські здібності, які утворюють трудовий потенціал людини і є детермінантами зміни сукупних доходів суб'єктів економічних відносин, характеризуються певною сукупністю. Дослідження з метою уточнення об'єктів формування додаткових доходів усіх учасників економічних відносин та визначення у подальшому конкретизованих вимог до людини-працівника становить вагомим наукове завдання, вирішення якого має бути обґрунтованим із позиції актуальних завдань розвитку суспільного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Продуктивні здібності людини як носія людського капіталу тривалий час досліджують зарубіжні й вітчизняні науковці, зокрема Т. Шульц, Г. Беккер, М. Блауг, У. Боуен, Б. Вейсброд, М. Гроссман, Е. Денісон, Дж. Кендрік, С. Кузнець, Ф. Махлуп, Дж. Мінцер, М. Перлмен, Г. Псахаропулос, Л. Туроу, Б. Чізуик, В. Антонюк, О. Бородіна, О. Грішнова, С. Дятлов, М. Казарян, Т. Кір'ян, О. Колядін, Д. Мельничук та інші. Їм належить опрацювання питань щодо сутності і складу якостей, властивостей і здібностей людини, які утворюють внутрішню структуру людського капіталу. Між тим зміна умов суспільного розвитку постійно вносить нові аргументи у формування людського капіталу, що зумовлює продовження наукової дискусії в цій предметній галузі.

Постановка завдання. Метою статті є визначення змістовності продуктивних здібностей людини та їх ролі у формуванні людського капіталу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений у [1] аналіз генезису теорії людського капіталу показав на тривалу еволюцію поглядів на визначення тих властивостей і здібностей людини, які спроможні утворювати дохід і потребують розвитку шляхом відповідного інвестування. У табл. 1 узагальнено основні сучасні підходи до розуміння продуктивних здібностей із відповідним групуванням. Установлено, що однотайність у розумінні продуктивних або ж виробничих здібностей людини та виокремлення складників у науковій думці відсутня.

Причому науковці не можуть прийти до згоди у концептуальних питаннях (зараховувати чи ні природні здібності людини до людського капіталу). Так, прибічниками базової концепції людського капіталу, яка не зараховує до такого капіталу природні здібності людини, є М. Маринічева, Д. Мельничук, Р. Нурєєв та ін. Більшість науковців, серед яких В. Андріанова, В. Важинська, Н. Волгін, Н. Голікова, О. Грішнова та інші, відстоюють позиції розширюючої концепції людського капіталу.

Водночас відсутня узгодженість й щодо належності певних елементів до природних і набутих зді-

бностей, а, як висновок, розуміння того, що слід розуміти від продуктивними здібностями загалом. Так, В. Антонюк вкладає у розуміння людського капіталу продуктивні здібності відокремлено від інших здібностей людини [2, с. 10–11]. Такий підхід реалізує й О. Грішнова, яка об'єднує продуктивні здібності, особисті риси і мотивації [3, с. 10.] Обмежена деталізація характерна для досліджень, які проводили А. Андріанова (здоров'я, кваліфікація, продуктивність [4, с. 6]), О. Бородіна (здібності, знання, навички [5, с. 51]), Н. Голікова (здібності, досвід і знання [6, с. 6]) та інші.

Широкого наповнення надають продуктивним здібностям С. Дятлов (здоров'я, знання, навички, здібності, мотивації), Л. Михайлова (освітній рівень, кваліфікація, знання, досвід, природжені здібності і таланти [7, с. 3–4]), М. Казарян (фізичні, моральні, професійні, інтелектуальні, творчі та інші здібності, освіта [8, с. 8]), Г. Тугускіна (вроджені здібності, дарування, творчий потенціал, морально-психологічне здоров'я, знання, досвід [9, с. 74]) та інші.

Більшість дослідників зараховує до складу продуктивних здібностей знання; є багато однодумців стосовно належності до них навичок і вмінь; включення інших елементів, виокремлених науковцями як атрибутивні якості і властивості людини стосовно їх спроможності приносити дохід, не набуло помітної підтримки серед наукової спільноти. До того ж багато науковців чітко не визначають зміст окремих складників продуктивних здібностей.

У зв'язку з існуванням багатьох суперечностей у цій предметній галузі доцільним є звернення до етимології понять, які відображають розуміння здібностей людини та склад тих із них, які необхідні для процесу економічної діяльності [10]. Це дозволить попередити повторюваність окремих позицій, насамперед тих, які є акумулюючими.

У філософському розумінні здібності людини – це «індивідуальні особливості особистості, які є суб'єктивними умовами успішного здійснення певного виду діяльності» [10]. У психології наголошується, що основою розвитку здібностей є природні задатки людини, які закладаються генетично і даються при народженні. Подальший їх розвиток відбувається завдяки вихованню і діяльності людини та зумовлює формування потенціалу здібностей. Так, Б. Теплов наголосив на тому, що не здібності людини є природженими, зокрема задатки. Схожу позицію відстоює й Н. Рейнвальд, стверджуючи, що «здібності є продовженням розвитку рис характеру і належать до вищих рівнів організації особистості, яка і виступає умовою успішності, ставлячи знання, вміння та навички на службу діяльності» [10]. Найбільш високим рівнем здібностей психологи вважають обдарованість і талант (геніальність), а задатки, здібності, обдарованість і талант – рівнями розвитку здібностей.

В останньому контексті всі ці поняття можна вважати здібностями у широкому розумінні.

Отже, потенціал здібностей людини включає природні здібності, які зумовлені біологічно і формуються на основі розвитку задатків та соціальні (специфічні) здібності, які зумовлені знаходженням людини у соціальному середовищі і які перетворюють її на особистість.

Уважаємо, що здібності, які характеризують сукупність властивостей (якостей, відмінних особливостей) людини, що потрібні для здійснення нею економічної діяльності в сучасних умовах суспільного виробництва, слід називати продуктивними. Наведене авторське визначення виходить з того, що, по-перше, результатом економічної діяльності є суспільний продукт, формами якого виступають продукція, послуги, роботи, тому здібності є продуктивними, а, по-друге, для здійснення сучасного складного процесу створення споживчих цінностей не можна обійтися однією властивістю людини, тому виникає потреба у їх певній сукупності.

Розширений аналіз включених у табл. 1 складників продуктивних здібностей на предмет їх узгодженості зі змістом згідно з [10] вказав на неприпустимість формування їх комплексу як єдиного цілого у разі об'єднання природних здібностей і здоров'я, яке є природним станом організму людини (позиції С. Дятлова і Т. Кір'ян), досвіду як складової частини вмінь і їх самих (позиція І. Каленюк і М. Маринічевої) тощо. Цілком зрозуміла позиція О. Грішнкової, яка на початку XXI ст. розглядала продуктивні здібності спільно з особистими рисами людини, які в умовах розвитку інформаційної економіки перетворилися на продуктивні здібності, як, наприклад, у разі креативного мислення.

На нашу думку, склад продуктивних здібностей варто визначати на основі широкого трактування загальних здібностей людини у спосіб, наведений на рис. 1.

При усьому розмаїтті понять, які відображають продуктивні здібності людини і які по-різному зустрічаються у наукових роботах, неможна обійти увагою ключові, які є характеристикою сучасної системи освіти України, яка трансформується відповідно до стандартів світового ринку праці. Мірою сучасної характеристики продуктивних здібностей виступають компетентності, які приходять на зміну компетенціям. Однак як компетенції, так і компетентності поодинокі зустрічаються у списку здібностей сучасної людини як характеристики людського капіталу (зокрема В. Важинська розглядає професійні (спеціальні) компетенції [11, с. 5], О. Грішнова відзначає компетентності як актив цього капіталу [3, с. 12]) та їх дослідження носить декларативний характер.

Колективи авторів економічних словників розглядають компетенцію (від лат. *competens* – той,

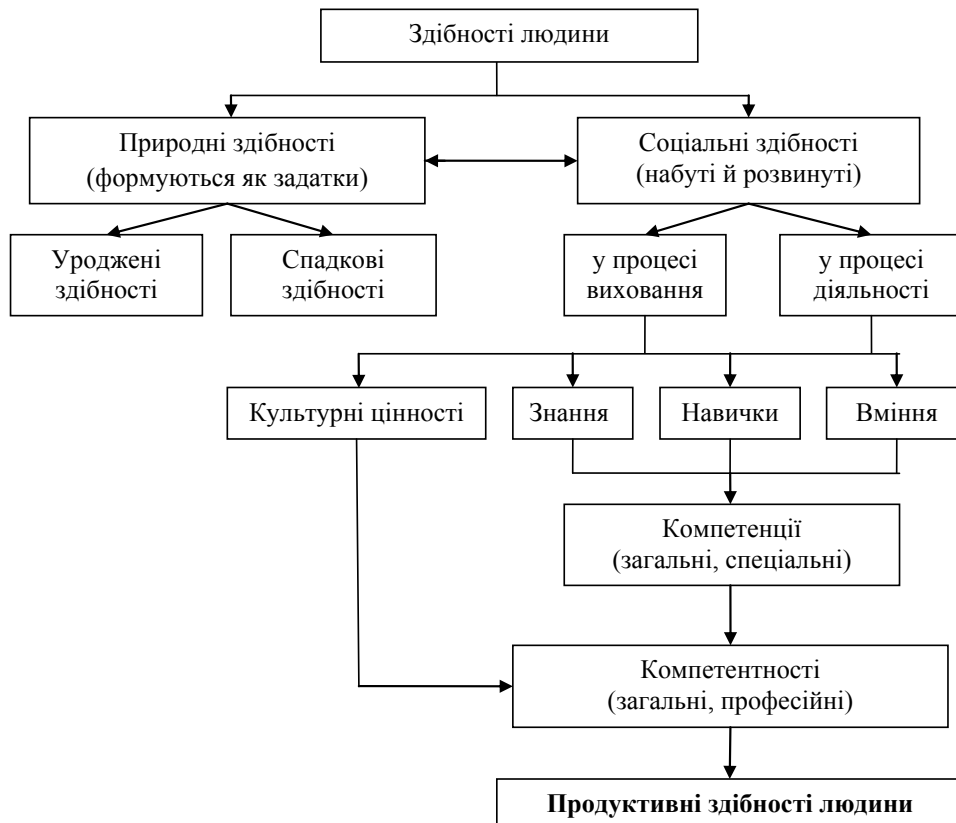


Рис. 1. Склад продуктивних здібностей людини

Джерело: розроблено автором

що відповідає і від *compete* – добиваюсь, відповідаю, підходжу) як «коло питань, явищ, у яких певна особа володіє авторитетністю, пізнанням, досвідом» або як «уміння використовувати знання, навички, досвід у конкретних умовах, досягнувши при цьому максимального результату» [10].

У свою чергу, Законом України «Про освіту» надано визначення компетентності – «динамічної комбінації знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність» [12]. Отже, компетентність – це більш якісні характеристики людини, що не лише володіє спеціальними компетенціями, які вміло використовує у певній професійній сфері (сутність професійної компетентності), але й має спроможність до застосування загальних компетенцій у більш широких сферах трудової діяльності (сутність загальної компетентності), характер яких є адекватним сучасним завданням людського розвитку, а тому і розвитку людського капіталу.

Причому сукупність духовних, моральних, інтелектуальних, творчих і психологічних здібностей у складі загальної компетентності будемо розглядати культурними цінностями (від терміна «культура – це реалізація матеріальних і духовних потреб людини під час життєдіяльності, яка

виражена в конкретно-історичних формах: речах, ідеях, нормах, відносинах і т. ін.» [10]), які відображають загальний потенціал індивідуума та формуються і реалізуються задля забезпечення гармонійного розвитку людини в сучасному просторі її життєдіяльності. Прикладами культурних цінностей (як складника продуктивних здібностей людини в сучасних умовах розвитку суб'єктів господарювання) є критичне мислення, гнучкість, адаптивність, ініціативність, ефективна комунікація, універсальність, соціальність, багатофункціональність, інтелектуальність та інші.

Спроможність продуктивних здібностей людини приносити дохід зумовлює потребу дослідження поняття «капітал».

У понятійно-термінологічних економічних словниках це поняття розглядається за походженням (від лат. *capital* – головний) і за сутністю як «економічна категорія, яка виражає суспільні відносини виробництва; вартість, яка внаслідок неоплаченої частини робочого часу робітникам, приносить додаткову вартість (додатковий продукт)» [10] або як «частина багатства людини, яку він виділяє на отримання доходу у формі грошей або на придбання шляхом торгово-промислової діяльності; вартість, яка приносить додаткову вартість; сукупність ресурсів, які використовуються в бізнесі, підприємницькій діяльності» [10].

У наведених визначеннях чітко простежуються основні характеристики капіталу, які полягають у спроможності приносити дохід, який, у свою чергу, утворюється у сфері суспільного виробництва, де капітал виконує ресурсну функцію. Водночас у наведених визначеннях капіталу відображена й еволюція наукової думки з часів розвитку класичної економічної теорії:

– класична теорія (А. Сміт, У. Петті, Д. Рікардо та ін.) розглядала капітал із позицій відносин власності (як на засоби виробництва, так і на присвоєння створеного доходу) і сформулила концепцію кругообігу капіталу та формування доданої вартості;

– марксистська теорія (К. Маркс, Й. Шумпер та ін.) базувалася на думці, що капітал – це вартість, яка приносить додаткову вартість, що є результатом суспільних відносин, у яких взаємодіють соціальні класи, зокрема, капіталіст як власник засобів виробництва експлуатує робітників і присвоює весь додатковий дохід;

– неокласична теорія (Дж. Б. Кларк, М. Блауг, І. Фішер та ін.) розширила розуміння капіталу до будь-яких витрат, які означають відмову від поточного споживання задля отримання майбутніх доходів. На підставі такого підходу І. Фішером було створено теорію всеохоплюючого капіталу, за якою капітал стали розуміти як «...будь-яке благо, що приносить дохід своєму власнику незалежно від сфери застосування» і який має натуральну і вартісну сторони [13].

Таким чином, сучасна концепція капіталу загалом розглядає його як будь-який запас благ, які накопичуються і залучаються до продуктивного використання з метою отримання доходу.

Різноманітні концептуальні аспекти сутності капіталу виступають об'єктом дослідження багатьох сучасних науковців. Сутнісні характеристики капіталу загалом і теоретико-методологічні питання управління формуванням і використанням капіталу підприємств розглядалися І. Бланком, Р. Брелей, В. Каменецьким, С. Майєрс, Л. Михайловою, С. Мочерним, В. Патрікеєвим, Г. Швиданенко, Н. Шевчук та ін.

Розширене визначення капіталу надав І. Бланк: «капітал – накопичений шляхом збережень запас економічних благ у формі грошових коштів і реальних капітальних товарів, які залучаються його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язане з фактором часу, ризику і ліквідності» [14, с. 21]. Саме з цієї позиції науковець підходить до дослідження капіталу підприємства.

Вищенаведене визначення базується на сукупності загальних характеристик капіталу, основними з яких є капітал як об'єкт управління (капітал є носієм економічних характеристик); капітал як

накопичена вартість (капіталом виступає певний запас економічних благ); капітал як виробничий ресурс (капітал є фактором виробництва і характеризується продуктивністю); капітал як інвестиційний ресурс (характеризує його призначення до інвестування); капітал як джерело доходу (властивість приносити дохід його власнику); капітал як об'єкт часової переваги (існування альтернативи у вкладеннях капіталу для отримання доходу протягом певного часу); капітал як об'єкт купівлі-продажу (капітал виступає об'єктом ринкового обороту і тому відображає інтереси продавця, покупця, які узгоджуються на основі ціни та інших факторів); капітал як об'єкт власності й розпорядження (капітал відображає повноваження власника); капітал як носій фактора ризику (вірогідність зміни очікуваного розміру доходу або втрати капіталу загалом); капітал як носій фактора ліквідності (властивість капіталу бути реалізованим за своєю реальною ринковою вартістю, що забезпечує можливість його трансформації в різні форми і види) [14, с. 12–21].

Додамо до виділених характеристик спроможність капіталу набувати різноманітних форм, серед яких І. Бланк виділяє грошову і матеріальну, що розширює традиційні підходи до розуміння його сутності. Так, бухгалтерський підхід базується на відображенні капіталу в обліку (зокрема на основі врахування його у майні підприємства з виокремленням джерел формування капіталу). Найбільш поширеним у теорії капіталу є фінансовий підхід, який розглядає капітал як фінансові ресурси, тобто грошові кошти, які призначені для обслуговування господарських операцій підприємства і мають здатність приносити прибуток. Отже, у межах названих підходів основною визнається грошова форма капіталу, що у не повністю відповідає положенням сучасної неокласичної теорії.

На підставі загального розуміння капіталу вважаємо, що здібності людини, які сформовані у тому вигляді, що є інтересом для суб'єкта економічних відносин як ресурс для створення споживчих вартостей і відповідно отримання доходу є елементом сукупного капіталу, який виступає у формі людського капіталу і є об'єктом управління. Володіння цим капіталом із боку людини-працівника означає право на присвоєння ним доходу, створеного в результаті відмови від певної частини поточного споживання. Причому для участі у господарській діяльності потрібна певна трансформація людських здібностей, які сформовані як природні і приведення їх у форму запасу, тобто акумуляції природних і спеціальних здібностей, які трансформуються у загальні компетентності.

Наукові погляди на властивості людського капіталу постійно еволюціонують. Загальні з них – накопичення і відтворення – були сформульовані Т. Шульцем у [15]. Сучасні дослідники, серед

яких В. Антонюк, А. Переверзева, Е. Прушківська, С. Позднякова, І. Швець та ін. значно розширили їх коло. Систематизація властивостей людського капіталу і порівняння їх із властивостями фізичного капіталу представлена на рис. 2.

Із наведеної на рис. 2 інформації зроблено висновок про наявність спільних рис і відмінностей між людським та фізичним капіталом, які водночас виступають як виробничі ресурси, є об'єктами купівлі-продажу, приносять дохід своїм власникам тощо. Однак людський капітал за багатьма ознаками не є тотожним фізичному капіталу, оскільки не відчувається від людини-носія праці, залежить від природних здібностей людини, збільшує свою вартість у процесі споживання тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Критичний аналіз та узагальнення підходів до характеристики якостей і властивостей людини-працівника, які відображають її потенціал до створення доходу усім учасникам економічних відносин, зумовили пропозицію стосовно розуміння продуктивних здібностей людини. Останні визначені як

здібності, які характеризують сукупність властивостей (якостей, відмінних особливостей) людини, що потрібні для здійснення нею економічної діяльності в сучасних умовах суспільного виробництва.

Змістовне наповнення продуктивних здібностей відбувається за рахунок загальних і професійних компетентностей, які формуються на основі природних і соціальних здібностей людини і включають компетенції (знання, навички і вміння) та її культурні цінності.

Критична оцінка спроможності продуктивних здібностей людини приносити дохід на основі порівняння підходів до розуміння капіталу дозволила виявити, систематизувати і доповнити основні іманентні властивості людського капіталу. До специфічних властивостей належать такі: невіддільність продуктивних здібностей від людини, залежність від природних здібностей людини, делегування підприємству права користування з боку його власника (працівника), невідкладність у використанні продуктивних здібностей, використання у процесі виробничої діяльності і поза нею,



Рис. 2. Основні іманентні властивості людського капіталу, які транслюються на мікрорівень

Джерело: розроблено автором на основі [2, с. 12; 16, с. 20; 17, с. 20–22]

збільшення вартості у процесі споживання та інші. Виявлено, що людський капітал має спільні властивості з іншими видами капіталу, а саме: доходність, накопичення, відтворення, об'єкт управління, об'єкт часової переваги та інші.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Волошина С. Парадигма людського капіталу як відображення умов суспільного виробництва. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2014. Том 19. Випуск 2/1. С. 8–13.
2. Антонюк В. Оцінка та забезпечення розвитку людського капіталу України: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.07. Донецьк. 2008. 36 с.
3. Грішнова О. Формування людського капіталу в системі освіти і професійної підготовки: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.09.01. Київ. 2002. 36 с.
4. Андріанова В. Роль відтворення людського капіталу в економіці сільського господарства Криму і шляхи його удосконалення: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.02. Дніпропетровськ. 1999. 17 с.
5. Бородин О. Людський капітал як основне джерело економічного зростання. Економіка України. 2003. № 7. С. 48–53.
6. Голікова Н. Людський капітал як фактор зростання та розвитку економіки: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01. Київ. 2004. 23 с.
7. Михайлова Л. Формування та розвиток трудових ресурсів як складової капіталу АПК: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.07.02. Суми, 2004. 38 с.
8. Казарян М. Концептуальные основы воспроизводства человеческого капитала в предпринимательской экономике: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.01. Москва. 2009. 54 с.
9. Тугускина Г. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал предприятий. Управление персоналом. 2009. № 3. С. 73–77.
10. Словари и энциклопедии на Академике. URL: <http://www.dic.academic.ru>.
11. Важинська В. Інвестиційний розвиток людського капіталу в промисловості України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.07. Донецьк, 2010. 20 с.
12. Про освіту: Закон України від 5 вересня 2017 року № 2145-VIII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
13. Fisher I. The Nature of Capital and Income. London. 1977. 278 p.
14. Бланк И.А. Управление формированием капитала. Київ. Эльга Ника-Центр. 2002. 512 с.
15. Schultz T. Investment in Human Capital. New York. London. 1971.
16. Прушківська Е., Переверзева А. Людський капітал: проблеми та перспективи. Економічний вісник НГУ. 2007. № 3. С. 17–24.
17. Швець І., Позднякова С. Оцінка нагромадження людського капіталу на промислових підприємствах. Донецьк. ДонНТУ. Норд-Пресс. 2010. 172 с.

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВАРТІСТЬ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА

EVALUATION OF INFLUENCING FACTORS ON THE ENTERPRISE'S BRAND VALUE

Визначено, що завдання вартісної оцінки бренду відрізняються від цілей оцінки капіталу бренду. Обґрунтовано, що одним з основних складників бренду є суб'єктивність, сутність якого полягає в сприйнятті бренду підприємства як сукупності вражень суб'єктів зовнішнього середовища, щодо контексту дослідження – партнерів, його здобутків та можливостей розвитку. Доведено, що на вибір інструментів комунікацій щодо формування та підтримки бренду матимуть вплив групи факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства. Усі наведені фактори необхідно враховувати в процесі вибору форми впливу на вартість бренду.

Ключові слова: бренд; фактори; середовище; групи; ризики.

Определено, что задачи стоимостной оценки бренда отличаются от целей оценки капитала бренда. Обосновано, что одной из основных составляющих бренда является субъективность, сущность которой заключается в восприятии бренда предприятия как совокупности впечатлений субъектов внешней среды, относительно контекста исследования – партнеров, его достижений и возможности развития. Дока-

зано, что на выбор инструментов коммуникаций по формированию и поддержке бренда будут иметь влияние группы факторов как внутренней, так и внешней среды предприятия. Все приведенные факторы необходимо учитывать в процессе выбора формы влияния на стоимость бренда.

Ключевые слова: бренд; факторы; среда; группы; риски.

It is defined, that the assignment of the brand value differs from the purpose of the capital brand evaluation. It is grounded, that subjective component is one of the brand's main components because its essence consists in the perception of the enterprise's brand as the impressions combination of the subjects of the external environment concerning the context of the study – partners, about its achievements and development opportunities. It is proved that the choice of the communication tools concerning brand forming and supporting would have an influence on the following groups of factors both internal and external enterprise's environment. All of the above-mentioned factors should be taken into account in the selection process in the form of the influence to the brand value.

Key words: brand, factors, environment; groups; risks.

УДК:339 (088.72)

Зборовська О.М.

д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Запорізький національний університет

Зборовський Р.В.

аспірант
Запорізький національний університет

Постановка проблеми. Наявність конкурентної переваги для компанії характеризує їх здатність задовольняти не тільки функціональні, але і нематеріальні потреби клієнтів, зумовлюючи передання образів, асоціацій, що сприяють самоідентифікації з брендом. Брендинг додає цінності, а бренди існують не у фізичному світі, а у свідомості людей. Можна сказати, що основою цінності є капітал бренду. Саме капітал бренду є певним нематеріальним активом і формує «цінову премію», здатну генерувати доходи в майбутньому. Капітал бренду відображає його унікальність і цінність для споживачів. З огляду на перспективність цього напрямку досліджень та його практичну цінність, необхідно визначити основні фактори які мають вплив на вартість бренду, обґрунтувати їх різновиди.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності, визначенням видів та класифікацією факторів, які мають вплив на вартість бренду, займалися такі вчені, як Ф. Котлер, Дж. Барні, Н. Пірсі, Х. Девідсон, К. Вард, Е. Джалкала, та інші, а серед вітчизняних – Л. Балабанова, Н. Власенко, Н. Горбаль, О. Кендюхов, О. Швець та ін. Їхні праці містять багатий теоретичний матеріал, однак динамічне маркетингове середовище вимагає проведення подальших досліджень.

Постановка завдання. Мета статті – дослідження науково-методичних підходів до визначення основних факторів, які мають вплив на вартість бренду, обґрунтувати їх різновиди.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усе більша потреба в оцінці бренду і визначенні факторів, що відповідають за його успішність серед споживачів, сприяли проведенню низки досліджень і створенню методик оцінки капіталу бренду. Незважаючи на їх скоріше якісний описовий характер, вони лежать в основі розуміння характеру бренду і є частиною комбінованих методик оцінки. У методиках фінансової та комбінованої оцінки капіталу бренду часто не беруться або підміняються сутнісні сторони всього капіталу бренду. Ураховується лише один складник з усього комплексу його активів (наприклад, як сила бренду).

Капітал (актив) бренду (Brand Equity) – система показників (елементів), які розкривають описові аспекти бренду. Різні способи інтерпретації капіталу бренду і його оцінки є нефінансовими підходами оцінки бренду. Виділяють три групи параметрів, що характеризують силу бренду [2, с. 156]:

- позиції бренду на ринку;
- очікування, асоціації, ставлення споживачів до бренду (капітал бренду);
- можливості бренду створювати доходи в майбутньому (попит і / або цінова премія).

Якщо параметри позитивні, то вважається, що капітал бренду теж позитивний. Як показує прак-

тика, бренди з позитивним капіталом генерують, максимізують і збільшують приплив грошових коштів. Досягається це за допомогою управління ціною премією, що робить можливим розширення і ліцензування бренду, створення бар'єрів для входу, залучення та утримання найбільш цінних клієнтів, зниження вартості залучення нових клієнтів. Позитивний капітал бренду підвищує споживчу цінність бренду, яка, у свою чергу, підвищує акціонерну вартість. Саме капітал бренду і грамотне управління ним, а не самі по собі фінансові оцінки вартості бренду, здатні створити додаткову цінність.

Капітал бренду – напрям теорії брендингу, який прийшов у 80-х роках на зміну іміджу бренду, щоб сфокусувати увагу на реальний капітал, що стоїть за брендом. Багато в чому це зумовлено зростаючим значенням нематеріальних активів і перевищенням їх вартості над матеріальними активами. За оцінками компанії «Інтербренд», ставлення нематеріальних активів до матеріальних бренду Кока-кола становить 96:4 [3, с. 12]. Ураховувати в такому разі означає оцінювати.

Завдання вартісної оцінки бренду, розглянутої далі, відрізняються від цілей оцінки капіталу бренду. Для управління всередині компанії вимір фінансової вартості не так важливий, як дослідження його сильних і слабких сторін і здатності домінувати в заданій категорії. Внутрішня структура бренду повинна відповідати його позиціонуванню й уявленню споживачів. Це положення свідчить про те, що бренд слід розглядати не як певне метафізичне поняття, а як систему індикаторів (елементів), які розкривають описові аспекти бренду. Прийнято виділяти три групи індикаторів, що характеризують силу бренду [7, с. 80; 9, с. 115]:

- позиції бренду на ринку;
- очікування, асоціації, відносини, моделі поведінки споживачів щодо бренду;
- можливості бренду створювати доходи в майбутньому. Наприклад, в третю групу індикаторів включають показники: попит та / (або) цінова премія. Ці показники виражають ставлення покупців до бренду.

Одним з основних складників бренду є суб'єктивний, сутність якого полягає в сприйнятті бренду підприємства як сукупності вражень суб'єктів зовнішнього середовища щодо контексту дослідження – партнерів, їх здобутків та можливостей розвитку [6, с. 149]. Суб'єкти зовнішнього середовища мають власне уявлення про рівень розвитку підприємств, його можливості, переваги й недоліки в роботі. Оскільки кожна аудиторія ринку (широкі верстви населення, споживачі продукції, партнери з бізнесу, владні структури) спрямована на отримання специфічної інформації про підприємство і таким чином формують його імідж у своїй уяві, передання інформації для кожної з них,

то доцільно здійснювати різними засобами, користуючись дієвими методами впливу з урахуванням активних мотиваційних потреб.

У процесі роботи над створенням та підтримкою бренда підприємству необхідно:

- визначити його особливості, які зможуть зацікавити певних потенційних партнерів та інших суб'єктів ринку, наприклад, такими особливостями можуть бути рентабельність, ліквідність, ділова активність, майновий стан, трудовий та інноваційний потенціал, соціальна безпека щодо бізнесової діяльності;

- розробити заходи з формування загального позитивного образу суб'єкта господарювання як новатора, вдалого імітатора, соціального захисника або партнера з усталеним економічним становищем;

- запровадити програму стереотипізації набутого образу з метою узагальнення та перетворення в імідж з урахуванням суб'єктивних уявлень про здобутки підприємства.

Інформація для кожної групи аудиторії повинна враховувати її мотиви, цілі, очікувані результати. Оскільки дослідження факторів впливу на бренд буде проводитися на прикладі машинобудівного підприємства, який може бути сформовано у потенційних або реальних ділових партнерів, можна уточнити і виділити найпоширеніші цілі взаємної діяльності та поставити їх у відповідність до групи показників, які доцільно висвітлювати в інформаційних повідомленнях, що мають грати провідну роль у вирішенні питання про взаємну діяльність і співробітництво, що відповідає парадигмі маркетингу відносин та предмету дослідження – бренду підприємства в уяві партнерів, у процесі співпраці з ними (табл. 1) [1, с. 105; 5, с. 6].

Висвітлення в інформаційних повідомленнях результатів роботи підприємства за запропонованими показниками прийатиме як формуванню, так і зростанню вартості бренду.

Відповідно до мети співпраці, цілей партнерів, підприємство повинно пристосовуватися до інформаційних потреб, обираючи один із видів

інструментів інтегрованих комунікацій або їх сполучення, а саме: рекламу, PR-акції, індивідуальну роботу.

Рекламу (як систему оплачених заходів, що спрямовані на доведення до потенційних партнерів спеціально відібраної та обробленої інформації про підприємство) доцільно готувати й орієнтувати на великі аудиторії з метою інформування про здобутки і можливості підприємства, тобто формуючи бренд. Крім того, рекламні акції є дійсно корисними як етап, що передуює індивідуальній роботі з партнерами, оскільки дозволяє зменшувати обсяги витрачених коштів і часу на підписання угод, тобто трансакційні витрати [4, с. 42].

PR-акції все активніше стають обов'язковою передумовою успіху у формуванні бренду. На відміну від реклами й індивідуальної роботи, їх доцільно організовувати як систематичний зв'язок не тільки з потенційними партнерами, але й із громадськістю, пресою, установами й організаціями (зокрема з відібраними), формуючи за їх допомогою стійке позитивне відношення до підприємства в цілому, тобто формуючи систему певних стереотипів щодо господарської діяльності. Хоча наведена форма просування тісно пов'язана з рекламною практикою, однак, на відміну від останньої, повинна проводитися, як правило, не на комерційній основі. Головною метою PR-акцій підприємства є надання широкій аудиторії достатнього обсягу об'єктивних даних про соціально-економічні можливості підприємства за допомогою засобів масової інформації. Позиція підприємства у цьому процесі може бути як активною, коли воно само ініціює й фінансує передачу відомостей, так і пасивною, в разі отримання схвальних відгуків про свою діяльність, поява яких не фінансується ним безпосередньо. Базою для формування бренду машинобудівного підприємства є установка на те, що воно працює в інтересах спільноти, а не тільки заради прибутку. Безумовно, цю думку не варто насаджувати відверто, але повідомлення необхідно змістовно наповнювати роз'ясненням щодо глобальної спрямованості бізнесу, його позиції

Таблиця 1

Відповідність цілей і груп показників в інформаційних повідомленнях

Цілі	Групи показників
започаткування партнерських відносин із співробітництва у господарській діяльності	конкурентоспроможності продукції, інвестиційної діяльності, впровадження інновацій, оборотності, рентабельності, автономії, використання основних фондів, матеріальних ресурсів
отримання постійного прибутку у стратегічному періоді від участі у спільних бізнес-проектах	оборотності, рентабельності, автономії, використання основних фондів, матеріальних ресурсів
мінімізація ризику	маневреності, автономії, ліквідності, ризику
отримання прибутку від заключення контрактів на короткий термін	рентабельності, ліквідності, майнового стану
співпраця у соціальних питаннях	використання людських ресурсів, рентабельності
співпраця з екологічних, природоохоронних питань	використання матеріальних і людських ресурсів, рентабельності, майнового стану

стосовно охорони навколишнього середовища, зниження соціальної напруженості, підтримки економічної безпеки на міжнародних і національному ринку. Для забезпечення формування бренду підприємство повинно будувати свою PR-політику з використанням широкого спектра заходів: виступів у пресі, телепередачах, громадської благодійної та спонсорської діяльності, організації презентації своїх можливостей та досягнень, прийняття участі у міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях, симпозиумах, форумах, семінарах, виставках (тимчасових та постійно діючих), нагородження преміями у конкурсах за кращу науково-технічну й соціально-економічну розробку, що може мати ключове значення для створення позитивного іміджу підприємства.

Індивідуальну роботу з партнерами доцільно проводити не стільки з метою формування іміджу, скільки з метою його підтримки й закріплення, коли у підприємства є конкретні пропозиції з господарювання [8, с. 34]. У цьому разі індивідуальна робота повинна передбачати детальне інформування про особливості господарювання підприємства, його переваги. Індивідуальну роботу необхідно проводити також у тому разі, коли громадський або економічний статус партнера є настільки впливовим, що він у змозі грати вирішальну роль не тільки у підтримці, але й у формуванні іміджу, а також тоді, коли реклама та PR-акції не створюють достатнього ефекту за браком інформації щодо мотивації партнерів або питання щодо співробітництва можуть бути вирішені тільки у процесі безпосередньої зустрічі та спілкування.

Оскільки суб'єкт господарювання, як правило, одночасно і формує, і підтримує імідж, то для досягнення синергетичного ефекту він повинен використовувати всі три інструменти впливу: рекламу, PR-акції, індивідуальну роботу. Але необхідно пам'ятати, що їх інтенсивно-агресивна форма може мати протилежний ефект, коли партнери запідозрять підприємство у неможливості подальшого функціонування без додаткових ін'єкцій і його позитивний імідж погіршиться або перетвориться у негативний. Вирішити питання щодо застосування певної організаційної форми впливу на потенційних партнерів можливо на основі аналізу достатності коштів з урахуванням термінів, типу (гомогенна чи гетерогенна), чисельності та впливовості аудиторії щодо комунікацій. Якщо аудиторія гомогенна, тобто однорідна за соціально-економічним та культурно-моральним статусом, коштів та часу на роботу з нею необхідно значно менше, ніж із різномірною (гетерогенною), завдяки однотипності змісту інформаційних повідомлень та каналів їх передання, за допомогою яких будуть сформовані певні сукупності образів, стереотипів, що створять позитивний імідж. Окрім обмежень за кількісним та фінансовим складни-

ками, на вибір інструментів комунікацій щодо формування та підтримки бренду матимуть вплив такі групи факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства.

До факторів його внутрішнього середовища в цьому контексті належать: організаційно-правова форма, стадія життєвого циклу, вид (крупне, середнє або мале), наявність та якість використаних ресурсів (фінансових, матеріальних, людських, інформаційних), вид і тип організаційної структури (наявність відділів маркетингу, реклами, PR, розвитку), вид продукції та рівень її інноваційності, прогресивність технології, загальна, конкурентні та функціональні стратегії розвитку.

До факторів зовнішнього оточення належать такі: лояльність законодавства щодо господарської та інформаційної діяльності, ємність та географічне розташування аудиторії впливу, рівень конкуренції на ринках, особливості та темпи розвитку соціально-економічних процесів на ринку, в певній країні, регіоні, рівень їх економічного і соціального розвитку, види потенційних партнерів та мотиви їх дій.

Усі наведені фактори необхідно враховувати в процесі вибору форми впливу на вартість бренду.

Процес формування бренду характеризується ризикованістю, але адекватний існуючим і прогнозованим потребам ринку, останній може трансформуватися в товар із моменту своєї сформованості, що є особливо важливим для підприємства. Необхідно зазначити, що в цьому разі продається не просто товар-бренд, а додаткові можливості, що він може створити для підприємства, наприклад, для збільшення обсягів реалізації продукції або підписання вигідних контрактів.

Слід зазначити, що в процесі формування й підтримки бренду суб'єктам господарювання доцільно дотримуватися таких принципів:

- зближення інтересів підприємства (власників і персоналу) та партнерів щодо результативності господарської діяльності, що дозволить інформувати інших суб'єктів зовнішнього середовища про здобутки і можливості підприємства, спільні з партнерами надбання. Така інформація дозволить сформувати образ підприємства як надійного партнера, підвищить його відомість не тільки у власному бізнесовому колі, а й колі нетрадиційних для підприємства партнерів, наприклад суб'єктів господарювання інших галузей економіки;

- відмінності від інших, дозволить сформувати у партнерів унікальний образ підприємства щодо задоволення додаткових потреб партнерів, їх споживчих цінностей, продемонструвати переваги підприємства в процесі конкуренції;

- прозорості, тобто інформаційної відкритості, що дозволить оперативно передавати у зовнішнє середовище інформацію про результати діяль-

ності підприємства, яка сприятиме формуванню ефективного співробітництва з суб'єктами ринку,

– ретроспективності у здобутках управління, встановленні партнерських відносин, поліпшенні свого соціально-економічного положення на ринку, залученні до співпраці науковців, сприятиме формуванню комплексного образу підприємства у ретро- і перспективі, демонструватиме його вдалі управлінські заходи, результативність упровадження стратегій життєдіяльності;

– реалізації можливостей і здібностей топ-менеджерів і власників, їх професіоналізму, рішучості, гнучкості, вміння працювати у команді, готовності відповідати за свої дії, що сприятиме формуванню образу професійної команди менеджерів підприємства та ефективних власників, з якими доцільно формувати партнерські відносини;

– інформаційної паузи для того, щоб інформація про підприємство не стала нав'язливою, була б очікуваною і містила вагомі факти;

– виваженості під час спілкування з представниками засобів масової інформації з метою подання перевіреної інформації, яка не вимагатиме спростування, уточнення, а є об'єктивною, своєчасною і вагомою для розвитку підприємства;

– дозування інтригуючої інформації для підтримки зацікавленості зовнішнього оточення у її отриманні з метою визначення подальших напрямів розвитку підприємства, їх корисності для партнерів, територіальної громади та інших суб'єктів ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз джерел дозволив виявити дві групи факторів впливу на вартість бренду. Визначено, що оцінити фактори впливу на вартість бренду за суб'єктивним складником із використанням обґрунтованих і визначених характеристик доцільно за допомогою експертних методів, що достатньо точно дозволять визначити у кількісному вимірі позитивність

уявлень опитуваних експертів, які є одночасно і партнерами підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л., Приходченко Я. Бренд-менеджмент підприємств на основі маркетингу : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.; Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менедж. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. 288 с.

2. Власенко Н., Власенко А., Воскресенська О., Глинська А., Джерелюк Ю. Маркетингове реагування на глобалізаційні виклики : колект. монографія; ред. Г. Савіна; Херсон. нац. техн. ун-т. Херсон: Вишемирський В. С., 2015. 371 с.

3. Горбаль Н., Окань Л., Романишин С. Тенденції та перспективи розвитку брендингу в умовах євроінтеграційних процесів в Україні. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2015. № 835. С. 10–17.

4. Кендюхов О., Файвішенко Д. Брендінг: принципи управління та методологія оцінки: монографія; Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. 210 с.

5. Кочнова І. В. Роль спеціальних заходів у формуванні бренду. Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. 2015. Вип. 3. С. 4–8.

6. Могилова А. Бренд-орієнтоване управління підприємством: особливості та перспективи на українському ринку. Екон. вісн. ун-ту / Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. 2016. № 29/1. С. 144–152.

7. Ніфатова О. Брендінг у системі інтегрованих структур бізнесу: теорія, методологія, практика: монографія. Вінниця: 2017. 336 с.

8. Родіонов О. Бренд підприємства: формування, діагностика, розвиток: монографія. Луганськ: Ноулідж, 2012. 269 с.

9. Швець О. Аналіз сучасних концепцій бренд-капіталу на підприємстві. Фін.-кредит. діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. 2015. Вип. 2. С. 114–120.

МОДЕЛЬ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ ГІРНИЧОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ ЗА НАПРЯМАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

MODEL OF MINING INDUSTRY DIAGNOSTICS BY THE DIRECTIONS OF ACTIVITY

У статті зазначено, що економічний розвиток будь-якої галузі залежить від результатів господарської діяльності підприємств, які входять до її складу. Проведено аналіз статистичних даних щодо динаміки кількості підприємств добувної промисловості та розроблення кар'єрів протягом 2013–2015 років у розрізі видів економічної діяльності та розмірів підприємств. Розроблено та проведено практичне застосування моделі діагностики стану гірничодобувної галузі, в основі якої покладено існуючі підходи до проведення експрес-аналізу промислових підприємств з урахуванням специфіки вхідних даних на основі групування.

Ключові слова: гірничодобувна галузь, діагностика стану, модель діагностики, напрямки діяльності.

В статье указано, что экономическое развитие любой отрасли зависит от результатов хозяйственной деятельности предприятий, входящих в ее состав. Проведен анализ статистических данных о динамике количества предприятий добывающей промышленности и разработке карьеров в течение 2013–2015 годов в разрезе видов экономической деятельности и размеров

предприятий. Разработано и проведено практическое применение модели диагностики состояния горнодобывающей отрасли, в основе которой лежат существующие подходы к проведению экспресс-анализа промышленных предприятий с учетом специфики входных данных на основе группировки.

Ключевые слова: горнодобывающая отрасль, диагностика состояния, модель диагностики, направления деятельности.

The article states that the economic development of any industry depends on the results of the economic activity of enterprises that are part of it. The analysis of statistical data on the dynamics of the number of mining industry enterprises and the development of quarries during 2013–2015, in terms of types of economic activity and size of enterprises. The practical application of the model of the diagnostics of the mining industry, based on which existing approaches to the rapid analysis of industrial enterprises, taking into account the specifics of the input data on the basis of grouping, are developed and carried out.
Key words: mining industry, diagnostics of a condition, model of diagnostics, directions of activity.

УДК 330.332

Коваленко М.О.

аспірант

Класичний приватний університет

Постановка проблеми. У сучасних умовах проблема оптимізації стану промислових галузей господарства набуває особливого значення, адже ефективно її вирішення дасть змогу не лише віднайти внутрішні та зовнішні фінансові резерви і поліпшити ключові індикатори діяльності, але й скорегувати стратегічні пріоритети та обрати правильний вектор розвитку. Крім того, беручи до уваги особливості досліджуваної гірничодобувної галузі як пріоритетної експортно-орієнтованої галузі економіки, а також оновлені підходи до діагностики стану галузі, можна сказати, що вирішення означеної проблеми набуває більш вагомого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати дослідження багатьох науковців (О. Амоша [1], О. Бондар-Підгурська [2], М. Ericsson [3], М. Ступнік, В. Калініченко, В. Колосов [4–6], Б. А. Карпінський, Н. Залуцька [7], І. Ляшенко, А. Онищенко [8] та інших) указують на виняткову роль гірничодобувної галузі у забезпеченні умов для ритмічного функціонування та розвитку інших галузей економіки України, особливо таких, як виробництво та розподіл електроенергії, газ та вода; переробна промисловість, транспорт та будівництво.

Постановка завдання. Ураховуючи значну кількість наукових праць, присвячених дослідженню окремих аспектів управління гірничодо-

бувною галуззю, можна сказати, що проблема діагностики й оцінки стану за напрямками діяльності на галузевому рівні потребує нагального вирішення, тому є досить актуальною та стала метою статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будучи орієнтованою на ринок проміжного споживання, гірничодобувна галузь виробляє продукцію, що використовується в подальшому виробництві сировиною, матеріалами та напівфабрикатами [9]. Таким чином, створення умов для забезпечення її економічного розвитку є актуальним завданням.

До складу гірничодобувної галузі входять такі види промислових підприємств, як [10]:

- добування кам'яного та бурого вугілля;
- добування сирої нафти та природного газу;
- добування металевих руд;
- інша добувна промисловість.

Економічний розвиток будь-якої галузі залежить від результатів господарської діяльності підприємств, які входять до її складу. У табл. 1 наведено статистичні дані щодо динаміки кількості підприємств добувної промисловості та розроблення кар'єрів протягом 2013–2015 років у розрізі видів економічної діяльності та розмірів підприємств [10]. Слід зазначити, що значна кількість підприємств знаходиться на територіях Донецької та Луганської областей. Оскільки деякі райони цих областей сьогодні є тимчасово окупованими, то з табл.

Таблиця 1

Кількість підприємств гірничодобувної галузі за їх розмірами та видами економічної діяльності [2]

Галузь	Рік	Кількість підприємств, од.			
		Разом	Великі	Середні	Малі
Гірничодобувна, в тому числі:	2013	1 918	54	304	1 560
	2014	1 408	31	233	1 144
	2015	1 485	27	243	1 215
добування кам'яного та бурого вугілля	2013	399	35	89	275
	2014	103	13	44	46
	2015	157	9	67	81
добування сирової нафти та природного газу	2013	119	5	19	95
	2014	110	4	19	87
	2015	115	4	20	91
добування металевих руд	2013	59	11	9	39
	2014	46	12	8	26
	2015	44	13	7	24
інша добувна промисловість	2013	1 341	3	187	1 151
	2014	1 149	2	162	985
	2015	1 169	1	149	1 019

Таблиця 2

Динаміка обсягів реалізованої продукції гірничодобувної галузі за 2013–2015 роки в порівнянних цінах, млн. грн. [2]

Рік	Гірничодобувна галузь, млн. грн.	Обсяг реалізованої продукції в порівнянних цінах, млн. грн.			
		Вугілля	Нафта та газ	Металеві руди	Інше
2013	185 031,8	62 868,6	40 237,6	68 432,6	13 493,0
2014	140 037,6	24 565,1	42 386,1	61 934,9	11 151,6
2015	118 660,8	21 125,1	41 442,7	46 198,0	9 895,1
Середньорічний темп приросту, %	-19,9%	-42,0%	1,5%	-17,8%	-14,4%

1 видно, що протягом 2013–2015 років гірничодобувна галузь України втратила значний обсяг свого виробничого потенціалу. Так, скорочення загальної кількості підприємств склало $(1485/1918-1) \cdot 100\% = -22,6\%$. Найбільші втрати мали місце серед великих підприємств добувної промисловості, їхня чисельність скоротилась з 54 до 27 од., або на -50%; кількість середніх підприємств скоротилась на -20,1%, а малих – на -22,1%.

Якщо розглядати втрати за видами економічної діяльності, то найгірша ситуація склалась у виробництві кам'яного та бурого вугілля: загальна чисельність підприємств скоротилась на -60,7%, зокрема за рахунок великих підприємств (на -74,3%). На другому місці знаходяться підприємства з добування металевих руд. Їхня кількість за рахунок середніх та малих підприємств зменшилась на -25,4%. Однак це єдиний вид діяльності, де чисельність великих підприємств зросла з 11 до 13 од. Промислове добування сирової нафти та газу хоча й зберегло мінімальні втрати за загальною кількістю підприємств на рівні -3,4%, проте це відбулось за рахунок середнього та малого бізнесу; великі підприємства скоротили свою присутність на -20%. Інша добувна промисловість теж зазнала втрат на рівні -12,8%.

Розглянуті тенденції негативно вплинули на всю гірничодобувну галузь та економіку України в цілому. У табл. 2 наведено статистичні дані щодо динаміки обсягів реалізованої продукції підприємств галузі протягом 2013–2015 років (порівняно з 2013 роком).

Як видно з табл. 2, середньорічний темп приросту реалізованої продукції у добувній промисловості становив -19,9%. Ці зміни відбулись за рахунок щорічного скорочення: видобутку вугілля на -42,0%; металевих руд – -17,8%; іншої добувної промисловості – -14,4%. У таких умовах розробка стратегії для підвищення ефективності виробництва має спиратись на результати моніторингу та діагностики стану гірничодобувної галузі з урахуванням видів економічної діяльності.

Державна статистична звітність містить у відкритому доступі агреговані дані про показники балансу підприємств гірничодобувної галузі та фінансові результати господарської діяльності [10]. Актив балансу представлений відомостями про обсяги необоротних та оборотних активів, причому оборотні активи мають відповідну деталізацію; пасив балансу містить інформацію про власний капітал, довгострокові та поточні зобов'язання, зокрема з розгорнутою деталізацією. Таким чином,

виходячи з поставленого завдання та наявних статистичних даних, нами було запропоновано модель діагностики результатів діяльності гірничодобувної галузі та проведено порівняльний аналіз результатів дослідження в розрізі видів економічної діяльності, методологічні основи якої наведені на рис. 1.

Перший етап наведеного вище методичного підходу передбачає вибір та обґрунтування множини економічних показників, що комплексно характеризують стан підприємств гірничодобувної галузі [11]. Позначимо їх як $X = \{X_i\}$, $i = 1..n$. Вибір показників виконувався з урахуванням таких обмежень:

- множина усереднених показників повинна обчислюватись на основі статистичних даних, які знаходяться у відкритому доступі, максимально повно характеризувати стан підприємств гірничодобувної галузі та містити мінімальну необхідну для цього кількість показників;

- множина показників повинна відображати різні аспекти фінансового та економічного стану підприємств: ліквідність та платоспроможність відповідно для оцінки потенційної можливості підприємств галузі своєчасно погашати короткострокові та довгострокові зобов'язання; ділову активність та рентабельність для оцінки обіговості активів та фінансових результатів діяльності; фінансову стійкість для оцінки структури джерел фінансування активів; виробничу діяльність для оцінки стану основних засобів та ефективності використання трудових ресурсів. Позначимо приналежність показника X_i до j -ої групи як $X_i^{(j)}$.

Результат обчислення множини показників за згрупованими даними суцільного спостереження наведено в табл. 3.

Виходячи з рекомендованих експертних значень показників для підприємств промисловості,

можна зазначити, що гірничодобувна галузь має проблеми із забезпеченням ліквідності, ділової активності і рентабельності, а також показниками виробничої діяльності. Причому зазначені проблеми з часом мають тенденцію до погіршення.

Оскільки кожний з усереднених показників має різний діапазон допустимих значень, напрям оптимізації та розмірність, то обов'язковою процедурою є їхнє нормування. Воно передбачає приведення значень усіх показників до інтервалу від 0 до 1, де гіршому значенню відповідає менше нормоване і навпаки. Виконавши нормування, ми отримуємо можливість провести згортку показників до єдиного інтегрального показника.

Використовуючи накопичений досвід експрес-аналізу господарської діяльності підприємств [12], в межах цього дослідження нормування виконувалось за допомогою формули:

$$X_{норм} = \frac{X - X_{worst}}{X_{best} - X_{worst}}, \quad (1)$$

де $X_{норм}$ – нормоване значення усередненого показника X ; X_{best} – найкраще з можливих значень показника X , до якого слід прагнути; X_{worst} – найгірше значення показника, якого слід уникати.

Формула (1) має перевагу під час нормування показників, які можуть мати різний напрям оптимізації: в обох можливих випадках отримані значення $X_{норм}$ коректно відображаються на інтервалі $[0; 1]$. Якщо показник прагне до зростання, тоді X_{best} дорівнює максимальному значенню з допустимих меж, а X_{worst} – мініимальному. Та навпаки, якщо показник прагне до зменшення, тоді X_{best} дорівнює мініимальному значенню, а X_{worst} – максимальному. Межі для кожного усередненого показника X_{best} та X_{worst} обрані таким чином, що коли X приймає рекомендоване значення, то $X_{норм}$ буде дорівнювати 0,9. Подальше покращення X понад

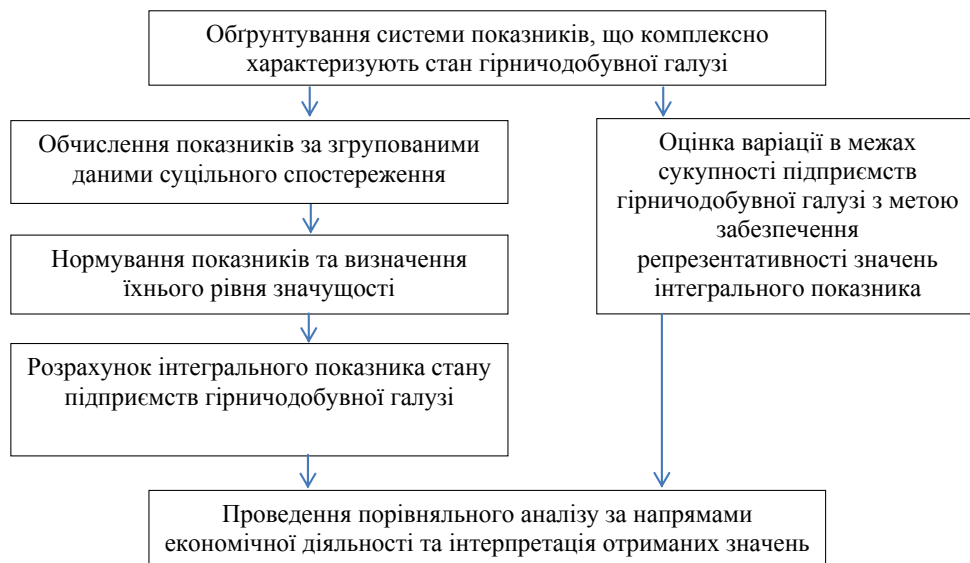


Рис. 1. Методичний підхід до діагностики стану гірничодобувної галузі

Розрахунок усереднених показників діяльності підприємств гірничодобувної галузі за даними 2013–2015 років

Показники	2013 рік	2014 рік	2015 рік	Напрямок оптимізації
Ліквідність (I_L)				
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,018	0,965	0,834	max
Коефіцієнт термінової ліквідності	0,838	0,772	0,698	max
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,094	0,048	0,033	max
Платоспроможність (I_P)				
Коефіцієнт фінансової напруги	0,182	0,196	0,165	min
Співвідношення довгострокових зобов'язань до необоротних активів	0,298	0,329	0,294	min
Ділова активність та рентабельність (I_D)				
Коефіцієнт обіговості сукупного капіталу	0,576	0,546	0,597	max
Коефіцієнт обіговості оборотних активів	1,486	1,351	1,364	max
Рентабельність сукупного капіталу	2,81%	-3,11%	-6,50%	max
Фінансова стійкість (I_F)				
Коефіцієнт фінансової автономії	0,437	0,385	0,310	max
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,619	0,581	0,476	max
Виробнича діяльність (I_B)				
Ступінь зносу основних засобів, %	57,1%	65,3%	57,9%	min
Середньомісячна продуктивність праці, тис. грн. на 1 особу	36,6	47,2	69,4	max

рекомендований рівень призведе до нормованих значень у діапазоні від 0,9 до 1.

На основі нормованих значень показників спочатку розраховується груповий, а потім інтегральний показник, який комплексно характеризує результати господарської діяльності підприємств гірничодобувної галузі. Ця процедура називається згортою і потребує попереднього визначення рівнів значущості, які відображають важливість того чи іншого аспекту діяльності. Для цього експерт формує відповідну систему переваг у якісній шкалі. За результатами такої оцінки обчислюється матриця парних порівнянь $Z = \{z_{ij}\}$, $i, j = 1..n$:

$$\begin{cases} z_{ij} = 1, & \text{якщо } X_i \approx X_j, \\ z_{ij} = 0, & \text{якщо } X_i < X_j, \end{cases} \quad (2)$$

Тоді вагові коефіцієнти усереднених показників або групи показників будуть обчислюватись за формулою:

$$k_i = \frac{\sum_{j=1}^n z_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n z_{ij}}, \quad (3)$$

Згортка групових показників до інтегрального з урахуванням вагових коефіцієнтів виконувалась за допомогою адитивно-мультиплікативної факторної моделі:

$$PI = k_1 I_L + k_2 I_P + k_3 I_D + k_4 I_F + k_5 I_B \rightarrow \max, \quad (4)$$

де I_L , I_P , I_D , I_F , I_B – групові показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності, фінансової стійкості, виробничої

діяльності; k_1, k_2, k_3, k_4, k_5 – вагові коефіцієнти кожної групи показників; PI – інтегральний показник діяльності підприємств гірничодобувної галузі.

Обчислений інтегральний показник має допустимий інтервал значень від 0 до 1, причому (згідно з умовами нормування) $PI = 0,9$ буде відповідати рекомендованому рівню усереднених показників. Також слід звернути увагу на ще одну особливість PI . Оскільки результати розрахунків базуються на згрупованих даних суцільного спостереження, то вони характеризують загальну ситуацію, яка склалась на більшості підприємств гірничодобувної галузі. Однак у межах будь-якого групування завжди існує варіація, тобто відхилення індивідуальних значень об'єкта спостереження від усередненого рівня [13]. Тобто завжди будуть присутні підприємства, економічне становище яких буде відрізнятися від узагальнених показників з галузі як у кращу, так і в гіршу сторону. Чим більше таких підприємств і вищий рівень варіації, тим розраховане значення інтегрального показника PI є менш репрезентативним. Тому в межах цього дослідження було проведено відповідну оцінку індивідуальних відхилень від середнього у галузі рівня. Зважаючи на наявні статистичні дані, показником, за яким було виконано оцінку варіації, виступав фінансовий результат до оподаткування. Державна статистична звітність містить дані про кількість підприємств та обсяги прибутку/збитку, які ними було отримано. Це дозволило нам розрахувати відповідні квадратичні коефіцієнти варіації, зна-

Результати діагностики стану гірничодобувної галузі за напрямками діяльності за даними 2013–2015 років

Галузь	Рік	I_L	I_n	I_d	I_ϕ	I_B	PI	K_{BAP}
1	2	3	4	5	6	7	8	9
добувна промисловість і розроблення кар'єрів	2013	0,318	0,886	0,369	0,822	0,271	0,497	12,2%
	2014	0,285	0,870	0,310	0,751	0,245	0,456	18,3%
	2015	0,249	0,896	0,293	0,611	0,316	0,445	17,2%
добування кам'яного та бурого вугілля	2013	0,130	0,720	0,347	0,212	0,285	0,335	11,3%
	2014	0,089	0,734	0,277	0,113	0,150	0,263	11,5%
	2015	0,142	0,643	0,224	0,200	0,207	0,272	15,0%
добування сирової нафти та природного газу	2013	0,173	0,977	0,378	0,975	0,388	0,546	7,0%
	2014	0,209	0,960	0,289	0,743	0,445	0,502	26,1%
	2015	0,204	0,961	0,398	0,623	0,703	0,573	13,3%
добування металевих руд	2013	0,825	0,926	0,422	1,000	0,299	0,639	28,7%
	2014	0,623	0,875	0,348	0,991	0,340	0,587	14,6%
	2015	0,349	0,965	0,262	0,856	0,348	0,514	14,8%
інше	2013	0,403	0,832	0,325	0,727	0,264	0,474	8,4%
	2014	0,352	0,776	0,287	0,530	0,183	0,394	21,4%
	2015	0,364	0,759	0,329	0,537	0,281	0,429	23,8%

чення яких дозволяє робити висновки про репрезентативність обчислених значень інтегральних показників: менше значення коефіцієнту варіації свідчить про нижчий рівень варіації та навпаки. Якщо його значення не перевищує 33,3%, це свідчить про помірний рівень варіації, а також про те, що усереднені показники діяльності підприємств галузі добре описують загальні тенденції, що притаманні більшості суб'єктів господарювання.

Під час обчислення вагових коефіцієнтів групових показників була обрана така система переваг: $(I_L \approx I_n \approx I_\phi) \approx (I_d \approx I_B)$. Тобто показникам, які характеризують ліквідність, платоспроможність та фінансову стійкість, було надано рівнозначну перевагу з показниками фінансової стійкості та виробничої діяльності. Отже, вагові коефіцієнти кожної групи прийняли значення: $k_1 = 0.167$, $k_2 = 0.167$, $k_3 = 0.250$, $k_4 = 0.167$, $k_5 = 0.250$. Результати діагностики стану гірничодобувної галузі за напрямками діяльності за даними 2013–2015 років з урахуванням коефіцієнтів варіації наведені в табл. 4.

Як видно з колонки (9) табл. 4, розраховані коефіцієнти варіації для всіх видів економічної діяльності протягом 2013–2015 років не перевищували допустимого рівня 33,3%. Це свідчить про помірний рівень відхилень, а отже, значення інтегральних показників добре характеризують не тільки загальні тенденції в галузі, але й результати діяльності окремих підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Результати діагностики показали, що найбільш проблемними для всіх без винятку напрямів діяльності у підприємств галузі є показники ліквідності. Низька ліквідність балансу пов'язана зі значними

обсягами кредиторської та дебіторської заборгованості. Також не менш важливим питанням відновлення економічного зростання в галузі є низька обіговість капіталу та збиткова діяльність на 40–50% підприємств. Зношеність основних засобів становить 50–75%, що негативно впливає на ефективність основної діяльності та низький рівень продуктивності праці.

Найбільш депресивним є виробництво з добутку кам'яного та бурого вугілля. Значні обсяги непокритих збитків останніх років призвели до того, що дуже часто вони перебивають величину власного капіталу, що негативно впливає на показники фінансової стійкості.

Таким чином, науковою новизною роботи є удосконалення та практичне застосування моделі діагностики стану гірничодобувної галузі, в основу якої покладено існуючі підходи до проведення експрес-аналізу промислових підприємств з урахуванням специфіки вхідних даних на основі групування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амоша О., Логвиненко О. Актуальні проблеми розвитку вугільної промисловості України. Економіка України. 2006. № 12. С. 4–11.
2. Бондар-Підгурська О. Науково-методичні аспекти інноваційного розвитку гірничодобувної промисловості в контексті сталого зростання. Науковий вісник НГУ, 2014. № 1. С. 143–152.
3. Ericsson M. Mining technology – trends and development / Polinares working paper № 29. March 2012. URL: http://www.polinares.eu/docs/d2-1/polinares_wp2_chapter17.pdf.
4. Розширення сировинної бази підземного Кривбасу за рахунок залучення до видобутку магнетито-

вих кваліфікацій / Короленко М., Ступнік М., Калініченко В. та ін.]. Кривий Ріг, 2012. 284 с.

5. Ступнік М., Калініченко В., Колосов В. Стан і перспективи розвитку підземних гірничих робіт у Криворізькому басейні. Розробка родовищ: щоріч. наук.-техн. зб. Д.: ТОВ «ЛізуновПрес», 2013. С. 223–228.

6. Колосов В. Перспективи розвитку горнорудної отрасли. Качество минерального сырья. 2011. Вып. 2011. С. 35–42.

7. Карпінський Б., Залуцька Н. Фінансово-господарська діяльність підприємств вугільної галузі України: реалії та перспективи. Фінанси України. № 8. 2008. С. 63–73.

8. Ляшенко І., Онищенко А. Прямі та двоїсті балансові моделі «витрати-випуск». Економічна кібернетика. Донецьк, 2009. № 1. С. 55–63.

9. Україна у цифрах 2016. Статистичний збірник – Державна служба статистики України. Київ, 2017. 240 с.

10. Статистичний збірник «Промисловість України у 2011–2015 роках». – Державна служба статистики України. Київ, 2016. 382 с.

11. Рибалка О. Формування системи показників фінансового стану підприємства для оцінки ймовірності банкрутства. Економіст. 2005. № 9. С. 63–65.

12. Волощук Р. Підходи до нормування економічних показників. Індуктивне моделювання складних систем: Зб. наук. пр. Київ: МННЦ ІТС НАН та МОН України, 2009. Вип. 1. С. 17–25.

13. Цал-Цалко Ю. Статистичний аналіз фінансової звітності: теорія, практика та інтерпретація: монографія. Житомир: ЖЭТУ, 2004. 208 с.

MODERN PROBLEMS AND FEATURES OF MANAGEMENT OF HISTORICAL HERITAGE INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF INCREASING THEIR SERVICE NATURE

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА УЧРЕЖДЕНИЙ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ ИХ СЕРВИСНОГО ХАРАКТЕРА

The article deals with the main management problems faced by the institutions of the sphere of historical heritage. The text suggests the possible solutions to identified problems. The authors give the definition of the institution of the sphere of protection and public transmission of historical heritage. The article compares these institutions with other organizations and institutions in the field of social and cultural service. Special attention is paid to the specific and most urgent tasks of management of institutions of historical heritage in comparison with other cultural institutions or organizations of the sphere of social and cultural service.

Key words: historical heritage, cultural institutions, museum, economy of culture, management.

У статті розглядаються основні управлінські проблеми, з якими стикаються установи сфери історичної спадщини. Пропонуються можливі шляхи вирішення виділених проблем. Дається визначення дефініції установи сфери охорони та громадської трансляції історичної спадщини. Проводиться порівняння цих установ з іншими організаціями й установами сфери соціально-культурного сервісу. Особлива увага приділяється специфічним і найбільш актуальним завдан-

ням менеджменту установ сфери історичної спадщини у порівнянні з іншими організаціями культури або організаціями сфери соціально-культурного сервісу.

Ключові слова: історична спадщина, установи культури, музеї, економіка культури, менеджмент.

В статье рассматриваются основные управленческие проблемы, с которыми сталкиваются учреждения сферы исторического наследия. Предлагаются возможные пути решения выделенных проблем. Дается определение дефиниции учреждений сферы охраны и общественной трансляции исторического наследия. Проводится сравнение данных учреждений с другими организациями и учреждениями сферы социально-культурного сервиса. Особое внимание уделяется специфическим и наиболее актуальным задачам менеджмента учреждений сферы исторического наследия по сравнению с другими организациями культуры или организациями сферы социально-культурного сервиса.

Ключевые слова: историческое наследие, учреждения культуры, музеи, экономика культуры, менеджмент.

UDC 338.467.6

Kazlouski V.U.

Dr. habil. in Economics, Professor, Professor of Department of Finance and Accounting Grodno Yanka Kupala State University

Ganski U.A.

PhD in Economics, Associate Professor of Department of Economics and Management Minsk Institute of Entrepreneurial Activity

Problem statement. Historical heritage institutions are institutions, which preserve, produce or distribute historical heritage. In turn, historical heritage is defined as the ideas, performances and artifacts (including objects and buildings) that are considered

by professionals and the public at large to represent and embody the legacy of a civilization, culture or community and hence to deserve preservation, display, transmission or reproduction. Thus, historical heritage institutions include institutions whose mis-

sion is to preserve and make accessible historical heritage. Museums and preservation sites, as well as libraries and archives are the material historical heritage institutions. In fact, until recently, historical heritage institutions have to a large extent focused on material artifacts. Moreover, historical heritage institutions are for the most part service organizations. The distinctive element of most service organizations relative to manufacturing organizations is that service is produced with the simultaneous presence and sometimes even with the collaboration of the customer, whereas manufacturing organizations can produce their goods in advance and stock them. Thus, scalability of service operations in a given locale is limited, by the size of the restaurant, hairdressing saloon, museum or orchestra hall, for instance. Therefore, a distinctive challenge of service organizations is how to manage the interaction with customers in the production of the service, which is an experience for customers. This is also clearly the case for the display function of historical heritage institutions, but less for restoration and maintenance of tangible heritage, tasks which are performed in the absence of the final customer.

Analysis of recent research and publications.

The works of famous foreign and domestic scientists are devoted to problems of economy of historical heritage, activity of public institutions in this sphere and problems of management of the sphere of culture. In particular, these issues are considered by such scientists as: D. Rypkema, I. Rizzo, A. Mignosa, J. Hausner, A. Karwinska, J. Purchla, D. Vaughan, A. Rubinshtein and others. At the same time, some aspects of this multifaceted problem remain beyond the attention of scholars and are insufficiently substantiated, namely: the management problems faced by the institutions of the sphere of historical heritage and the possible solutions this problems; definition of the institution of the sphere of protection and public transmission of historical heritage; tasks of management of institutions of historical heritage in comparison with other cultural institutions or organizations of the sphere of social and cultural service etc.

Formulation of article goal. The goal of article is to identify the main problems and solutions in the field of management of historical heritage institutions in the context of increasing their service nature.

Presentation of the main material. One could say that, in their display function, historical heritage institutions could be managed like any other service organization. For instance, institutions which display tangible cultural heritage face like other service organizations such the task of organizing customers' movement within the organizational space. However, a systematic assessment is necessary to uncover the extent to which historical heritage institutions can be assimilated to other service organizations and thus whether there are organizational specificities, which

pose particular managerial challenges. The demand perspective focuses on the experience that customers generally have of the service offered. The supply perspective refers to internal features of organizations. From the demand perspective, historical heritage institutions can be compared to other service organizations on the basis of at least six dimensions of the customer experience: human interactivity, technological interaction, aesthetics, emotionality or emotivity, education and symbolic attachment.

Technological interaction relates to the way customers use technology in consuming the service. Aesthetics refers to the degree to which customers' experience of the service has an aesthetic dimension. Education considers whether customers decide to engage in the service experience to educate themselves. Symbolic attachment relates to the degree to which the customers see the service as a central part of their culture. Emotionality or emotivity is the degree to which customers experience emotions when consuming the service, or have feelings about it. All the other dimensions can of course generate emotions. For instance, aesthetic appreciation is also an emotion, whether pleasurable or not.

By exposition, historical heritage institutions offer the public the possibility of accessing cultural heritage. For instance, museum visitors often have to purchase a ticket for the visit of several rooms to contemplate the objects. This is similar to the experience of visiting a theme park where customers (visitors) walk to different attractions. Thus, in institutions dealing with tangible historical heritage, customers have very little interaction with the organizational staff – other than the cashier or the ticket check attendant, and maybe the cloakroom attendant, the security staff and the guide. In a restaurant and particularly in the hairdresser case, the interaction is much more important: the customer has to choose among different options or express his preferences to organizational members who can help shape them. Substantial human interaction in historical heritage organizations only takes place in face-to-face education and more marginally in some museums or sites when visitors rely on guides. Consumers' use of technology in the consumption of historical heritage can be higher than in other service organizations. Historical heritage institutions such as museums can use information technology to encourage customers' interaction with or access to more information relative to the artifacts displayed or ideas discussed, enhancing the educational role [1, p. 52–63].

The consumption of historical heritage can also be compared to other services. Services such as restaurant dining and getting a haircut also can have such dimensions. However, in contrast to historical heritage, we probably do not go to the hairdresser with an educational goal in mind. We go to a historical heritage site to discover its contents, to learn about

a community, its architecture, its religion and its history, or to learn about the work of an artist and his or her context and personality. Customers' educational goal may be the most distinctive dimension of the visitor experience in historical heritage organizations relative to other service organizations. Of course, customers' educational orientation in consuming historical heritage depends on their human and cultural capital. The greater an individual's human and cultural capital, the more acquainted and knowledgeable she is with heritage. Thus, for individuals with substantial human and cultural capital, consuming historical heritage might have, relatively speaking, more of an entertaining function than an educational role – going to “consume” works, which they already know and appreciate.

Consuming culture in general provides not only topics for conversation but also certain legitimacy or status. Properly educated citizens are supposed to be acquainted with historical heritage, particularly with their own community's heritage. By consuming one's community historical heritage, individuals reinforce their allegiance and attachment to their community. This consumption therefore has a symbolic, communitarian dimension, which is absent from the consumption of most other services. The symbolic dimension, which refers to the history and identity of a community, is also the reason why heritage and its institutions are supported by governments, particularly those whose jurisdiction includes the institutions in question. The community-related symbolic dimension of heritage institutions is particularly salient, as their very existence stems from the consideration that they preserve and diffuse the central symbols of a community. From this derives the managerial challenge for cultural heritage institutions of establishing, maintaining and enhancing the heritage dimension of a site, object or intangible [2, c. 62–69].

Historical heritage institutions can also be compared to other service organizations from a supply or internal point of view, in terms of their power structure and dynamics, staff composition and legal and property form. In terms of power structure, historical heritage institutions have traditionally been dominated by cultural professionals. Professional status comes from knowledge certification to exercise the profession and in certain cases professional associations when they grant certification, fix rates and salaries, organize continuing training. In addition, professions are distinguished from occupations by the importance that the opinion and recognition by other members of the profession outside the organization in which the individual works has in guiding the individual's behaviour. In historical heritage institutions, given their specialized knowledge, the core profession such as curators in museums, librarians in libraries or instructors in educational organizations – individuals usually with certified knowledge in their respective areas

from universities – holds to a large extent decision-making power over the organization's direction and tasks such as which objects to purchase, preserve, display and how.

Cultural mediators often have significant training in a related discipline, but they are usually not as powerful as curators or librarians. In fact, in some organizations, a power struggle and accordingly structural reorganizations are taking place between the traditional core cultural profession and the new semi-professional staff category of cultural mediators. The professionalization of historical heritage management with the emergence of specialized degrees and associations in the last 20 years has also generated tensions in historical heritage institutions. Whereas cultural professionals also used to hold the top managerial position in most cultural organizations until the 1990s, since then, in many cases, boards have created a managing director position, distinct from the top cultural position, and recruited people trained in cultural management for the new post. Given that management is supposed to be concerned with the overall organizational performance including economic and financial, and not only cultural performance, this has generated some tensions with cultural professionals.

Another distinctive characteristic of staff composition in historical heritage institutions as service organizations is often the presence of volunteers who are not formal organizational members but participate in core organizational tasks or provide important resources. The presence of volunteers and friends' associations in cultural institutions is possibly due to two phenomena: first, the fact that most cultural institutions are not financially self-sustaining and second the emotional and symbolic nature of their existence and activities which motivates individuals to give their time and other resources. Resulting from both staff composition and power locus, in historical heritage institutions there tends to be a bipolar structure where the two poles are cultural professionals and management professionals, somewhat like in restaurants where there is some tension between management and the cooks (creative staff). In contrast, in most service organizations, there is a more integrated structure and culture, given that there is no dominant profession at the operating core [3, p. 209].

Although there are some for-profit enterprises in the historical heritage domain, many cultural institutions have a different legal and organizational form. In some cases, the not-for-profit goal stems from the impossibility of generating profits, given the cost structure and the socially constrained prices. However, in many cases the intrinsic, primary organizational goal is genuinely distinct from profit generation, such as access, diversity, artistic or cultural quality, or innovation. The different legal and organizational forms also have an impact on the goals. Public organizations

tend to promote access and diversity, whereas private organizations are able to devote themselves to more constrained objectives. That said, their funding structure might also condition their activities. Having discussed the different specificities of historical heritage institutions, now turn to their distinctive managerial challenges as they regard the internal and the external environment of the organization.

For historical heritage institutions, managing the external environment perhaps has a particularity: assuring the legitimacy of the organization as well as of the field at large. Legitimacy is the extent to which relevant external audiences perceive an organization or more broadly the institution it represents as being appropriate, i.e. pursuing worthy goals in an appropriate manner. So, each historical heritage institutions faces a challenge in this respect. This legitimacy mainly refers to the societal and expert perceptions that the institutions does actually contain and diffuse historical heritage, i.e. that the tangible or intangible goods displayed by the organization have a symbolic dimension [4, c. 156].

Information and communication technologies and digitization enable virtual consumption of intangible heritage or virtual visits of tangible historical heritage, making less necessary the visit to a physical space to “consume” the object of cultural heritage or to experience intangible heritage. This is particularly salient for tangible historical heritage institutions, which have traditionally defined themselves as spaces or receptacles for the display of such heritage. As mentioned, historical heritage institutions face legitimacy challenges at two levels: the organization itself in particular and the field as a whole.

One of the main issues, if not the fundamental one, for organizations is the definition of their mission, which influences their internal identity and external image, legitimacy and reputation. Historical heritage institutions are particularly confronted with this issue because they claim to preserve and showcase part of the historical heritage of a community. Moreover, historical heritage institutions face two specific legitimacy challenges regarding the preservation of purchased or donated objects which are not shown and their role in actually creating heritage.

The first issue is that the name and actions of the organization have to be consistent with the mission. Despite the fact that organizations overtime tend to go beyond their initial activities, the name and stated mission of the organization sometimes remain unaltered and thus becomes inconsistent with the organizational reality. However, changing core attributes such as an organization’s name and mission can also have detrimental consequences in terms of reliability and loss of some supporters. The second crucial issue in defining a mission refers to the fact that the mission – and the specific projects the organization proposes to carry out – will determine how easily it

can attract an audience and garner the support of experts, donors and sponsors. The nature of the mission determines in part the extent to which public authorities deem the organization worthy of receiving public funds or even being owned by a public administration. In most democratic countries, public authorities tend to favour organizations and activities which provide cheap or free access to heritage to the entire population. But they also favour prestigious organizations which might attract a relatively small and privileged audience [5, c. 72–75].

There are two main legitimacy challenges. The first relates to the questions some raise about preserving or simply storing works, which cannot be displayed for lack of space or proper conditions. Although preservation of historical heritage is part of the mission of these institutions, if heritage cannot be displayed in the foreseeable future it defeats its ultimate purpose, i.e. appreciation by the public. That said, new technologies such as the internet might allow for at least electronic or virtual exposure. The second and more problematic specific challenge refers to the economic and societal implications of historical heritage institutions in actually creating heritage. Every historical heritage institution makes a claim that it contains, preserves and displays or diffuses heritage of one or more communities. Thus, the organization often engages in a promotional role to obtain and preserve professional and official recognition as such. The legitimacy of that claim is in relation to the defining values of the community and of art historians, critics, cultural sociologists and anthropologists, which might change over time. At the end of the day, it is a judgement about what the community considers its heritage and wants to preserve and showcase, its notable past and contribution to humankind. Therefore, historical heritage institutions face the challenge of achieving and maintaining societal consideration as part of the historical heritage of one or more communities. Lobbying towards stakeholders who make it possible to earn the label of cultural heritage is thus critical. The literature on lobbying (now sometimes called non-market) strategy and stakeholder management as well as on public agenda setting might be useful in that regard [6, s. 252–253].

Another question is the legitimacy of the appropriation of the benefits deriving from the treatment of an object as historical heritage. In particular, art museums and especially contemporary art museums acquire and display objects of relatively young and unknown artists. By doing so, these objects become “institutionalized” and part of heritage. Artists benefit to the extent that such “institutionalization” grants them a prestige, which allows them to ask for greater fees for their production. These positive externalities created by museums in their purchasing and displaying are to large extent appropriated by the author of the purchased object and those who already hold

other works of the artist. Public administrations also generate externalities when they include a given site or building as part of the official historical heritage: some negative for the owners of the site who cannot make free use of it any longer and some mixed for the neighbouring community. It might create positive externalities in the form of economic benefits due to public attraction, but also nuisance.

For the museum case, given that it is the museum's action which generates the value-added and, given that many museums are public or publicly subsidized, the positive externalities appropriated by private actors are produced thanks to public money. It would seem reasonable that museums should be able to appropriate at least part of the positive externalities they generate. Beyond the legitimacy challenges each historical heritage institution faces, the field as a whole faces a major challenge about its legitimacy and hence its public transmission and the support it obtains from society for it. Legitimacy is audiences' perception or judgement about the appropriateness of the focal actor's ends and means. The legitimacy challenge historical heritage institutions face is thus twofold. The first one concerns the methods which historical heritage institutions use to undertake their current societal mission, i.e. the preservation and display of tangible and intangible heritage. The second legitimacy challenge some institutions of cultural heritage face deals with their mission and, more precisely, with the relative importance of different functions.

Most tangible heritage institutions are still conceived as physical receptacles. This is the case of museums or heritage sites, as well as libraries. These physically constrained means to making historical heritage available to the public have been challenged for a few years by the new IT and, in particular, digitization and the internet. These technologies are capable of creating virtual spaces so individuals can have a similar experience to visiting a historical heritage site, at their convenience and pace. Of course, it is still a virtual visit, without the authenticity of the visitor's co-location in the real site or physical proximity to the objects. The substitutive effect of these new technologies is even greater if not complete in libraries. This is why some libraries are searching for new roles, new uses for the physical space, like hosting cultural and community activities. The Schumpeterian substitutive role of new technologies affects the attractiveness of a given field or industry. The challenge is to redefine these institutions by redefining their role in society and hence repositioning themselves, given existing and forthcoming technological changes among others. One of the critical questions is the degree to which virtual visits or purchases online are substitutive or complementary to real visits. The substitutive effect is much greater for libraries than for historical sites, given that the experience of reading a text remains to a large extent the same whether it is contained in a

paper book or displayed on a screen. Instead, virtual visits to sites might have more difficulty in recreating the experience of a real visit.

Following the analysis of the specificities of the internal structure of historical heritage institutions when compared to other service organizations, it is possible to identify two specific managerial challenges in regards to their internal environment. The first one deals with the influence of a dominant professional logic on the overall organizational logic. The second refers to how these institutions can organize themselves for more innovation, given the external challenges identified. Historical heritage institutions have traditionally been characterized by a core profession that thanks to training and certification – and the knowledge asymmetry which ensues – is entitled to a large extent to define and manage the activities of the organization. Furthermore, these professionals often take and are expected to take a professional orientation, that is, to defend the values and means of the profession, both as a cognitive framework which prescribes certain actions and as a social network which links many of the professionals beyond their individual organizations. Professional values or the search for professional recognition and prestige might sometimes run against broader organizational goals, such as public access, understandability or enjoyment [7, p. 3–19].

A tension between the values of cultural professionals and organizational values seems to have emerged with the “professionalization” of cultural management and thus the staffing of the top decision-making positions with individuals who are not only cultural experts in historical heritage organizations, as in cultural institutions in general. These individuals tend to be trained in business schools or economics' departments. The overall organizational perspective that these managers bring focuses on achieving the different organizational goals, namely, the cultural mission as well as financial health. However, management does not only potentially bring rationalization in budgeting and finances, but also an approach to marketing the organizational services and products, organizing the operations and managing the organizational staff. By adopting a customer orientation, for instance by listening to the public and the non-public through surveys, management can even attempt to redefine the organizational mission and activities. This customer orientation has been negatively termed as commercialization, particularly by certain cultural professions and part of the academic community.

Although managers can try to use incentives to orient professionals towards the desired goals, assuming they are extrinsically motivated, probably the best way to gain their collaboration and allegiance is to involve them in decision-making. As in cultural institutions in general, cultural heritage managers are usu-

ally in the position of having to assert their power and defend a broader, more multidimensional conception of organizational goals and performance, to the detriment to a certain extent of the core profession's values. Therefore, managers might find it necessary to bring into the decision-making process other voices representing other dimensions of the desired organizational performance, such as the public, donors or other staff members. This is not to say, again, that the core professional logic is no longer relevant. By adopting this broad participatory approach, the fact that the different stakeholders can listen to each other's logic and expectations might facilitate understanding among them, and prevent all the tension from being focused only on management.

At the organizational level, historical heritage institutions can benefit from the accumulated knowledge in the innovation and creativity literatures. This literature discusses the role of incentives, structures and processes that can be put in place to try to encourage creativity and innovation within organizations. In general, a climate supportive of new ideas, even if they fail, is considered necessary. But there is also an opportunity for institutional entrepreneurship and change to redefine historical heritage institutions. Institutional entrepreneurs, like organizational innovators, can come from existing organizations or be outsiders from other fields. In any event, the importance for any community to treasure and share its historical heritage together with the challenges discussed above are probably going to spur a new wave of innovations in this field. Digitalization and new communication technologies challenge, in part, some of the functions of historical heritage organizations. However, they also offer an opportunity to redefine these functions and, more broadly, the institutions of historical heritage.

Summary. The article describes the specific challenges that historical heritage institutions face as service organizations and briefly provides pointers and references on how the management literature could respond to them. Thus, the first task was to define historical heritage and analyse the particularities of historical heritage organizations relative to other service organizations. There are significant differences in the degree of symbolic attachment, human interactivity and an educational function. Few differences appear though in terms of emotionality. As for the internal structure of historical heritage institutions when compared with other service organizations,

there are three main differences: the first one lies in the power of the core cultural profession and the bipolar structure and culture it has generated with the professionalization of management. The second difference is the distinctive presence in historical heritage institutions of volunteers. The third deals with the fact that historical heritage institutions typically exhibit a more variegated palette of legal and organizational forms than other service organizations. This entails a substantial challenge given that the measures for their goals are more difficult to obtain. Looking at the managerial challenges in dealing with both the external and internal environment of historical heritage institutions, and considering the current specificities two issues emerge: the issue of both organizational and field legitimacy and the need to redefine the mission and ways of working of particular organizations as well as the institutions they represent in general. This led to a discussion of the internal challenges consisting in the relation between the values of the dominant or core cultural profession in the organization and the overall organizational values.

REFERENCES:

1. Ganski U. The features of marketing of historical and cultural heritage locations and tourist destinations // International economic relations and prospects for national development: contemporary challenges and solutions: monograph / under the editorship of M.I. Fleychuk, U.A. Ganski, V.U. Kazlouski [and others]. Daugavpils: Daugava Print, 2018. – 364 p.
2. Ганский В.А. Глобализация туристического бизнеса и формирование мирового рынка туристических услуг. Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития: монография / под ред. Т.Н. Внуковской. Ставрополь: Логос, 2012. 289 с.
3. Rizzo I., Mingosa A. Handbook on the Economics of Cultural Heritage. – Northampton: Edward Elgar Publishing Inc., 2013. – 640 p.
4. Рипкема Д. Экономика исторического наследия. Москва: Билдинг Медиа Групп, 2006. 156 с.
5. Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под ред. А.Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. – 108 с.
6. Kultura a rozwój / red. J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2013. 518 s.
7. Vaughan D.R. The Cultural Heritage: an Approach to Analyzing Income and Employment Effects // Journal of Cultural Economics. 1984. Nr 2. P. 1–36.

ЛІКВІДНІСТЬ БАНКУ: СУТНІСТЬ ТА ВПЛИВ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ

LIQUIDITY OF THE BANK: CONTENT AND INFLUENCE OF BASIC FACTORS ON THE ACTIVITIES OF BANKS

УДК 338

Косарева І.П.

к.е.н., доцент,
завідувач кафедри фінансів і кредиту
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету

Крамська Д.О.

студентка
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету

У статті розглянуто питання регулювання ліквідності банку, впливу поточної ситуації у банківському секторі. Удосконалено визначення поняття «ліквідність банку» та його ролі у забезпеченні стабільного функціонування банку. Досліджено та систематизовано фактори, що впливають на ліквідність банку. Обґрунтовано взаємозв'язок ліквідності банку як багаторівневої системи категорій. Уточнено роль банківської ліквідності у забезпеченні стабільності функціонування банку.

Ключові слова: банк, ліквідність, ліквідність банку, ліквідність балансу, ліквідність активів, ліквідність пасивів, ефективність діяльності, фактори впливу.

В статье рассмотрены вопросы регулирования ликвидности банка, влияния текущей ситуации в банковском секторе. Усовершенствовано определение понятия «ликвидность банка» и его роли в обеспечении стабильного функционирования банка. Исследованы и систематизированы факторы, влияющие на ликвидность банка.

Обоснована взаимосвязь ликвидности банка как многоуровневой системы категорий. Обоснована роль банковской ликвидности в обеспечении стабильности функционирования банка.

Ключевые слова: банк, ликвидность, ликвидность банка, ликвидность баланса, ликвидность активов, ликвидность пассивов, эффективность деятельности, факторы влияния.

The article discusses the issues of regulation of the bank's liquidity, the impact of the current situation in the banking sector. The definition of the term "bank liquidity" and its role in ensuring the stable functioning of the bank has been improved. Factors influencing the liquidity of the bank have been studied and systematized. The interrelation of the bank's liquidity as a multi-level system of categories is justified. The role of bank liquidity in ensuring the stability of the bank's functioning is substantiated.

Key words: bank, liquidity, liquidity of the bank, liquidity of the balance sheet, liquidity of assets, liquidity of liabilities, efficiency of operations, influence factors.

Постановка проблеми. У процесі становлення ринкових відносин в Україні необхідним є аналіз показників ліквідності банків із метою запобігання їх банкрутства та подальшої успішної діяльності з перспективами виходу на міжнародні ринки.

Банківська ліквідність грає життєво важливу роль як у діяльності окремого банку, так і у фінансовій системі держави. Незважаючи на еволюцію банківської діяльності та ступінь її розвитку, одним з основних завдань банку для здійснення успішної діяльності є задоволення потреб клієнтів у своєчасному поверненні вкладених коштів. Виходячи з цього, можна стверджувати, що банк кожного дня протягом здійснення своєї діяльності повинен бути готовим розраховуватися за власними зобов'язаннями. Ступінь такої готовності банківської установи і визначає поняття «ліквідність». Саме тому управління ліквідністю має величезне значення для підтримання стабільності та надійності як окремого банку, так і банківської системи в цілому.

В умовах нестабільності та змінності банківського сектора України кожен банк змушений працювати у жорстких умовах, коли збільшується тиск із боку конкурентів, загальна довіра потенційних та фактичних клієнтів до банківської системи є низькою, а ризикованість діяльності є високою. Такий стан не стимулює банки розвиватись, а лише формує додаткові перепони для ефективного та прибуткового управління банком.

У своїй діяльності банк використовує показники ліквідності не лише показником вираження фінансового стану, а і як важелем утримання співвідношення між величиною забезпечення зобов'язань та максимально можливим отриманим прибутком. Визначення найбільш оптимальної величини цього співвідношення забезпечить переваги у конкурентній боротьбі на ринку банківських послуг. Тому регулювання ліквідності є запорукою успішності та прибутковості діяльності банку як сьогодні, так і в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності ліквідності в банках присвячено праці багатьох вітчизняних науковців, серед яких О. Дзюблюк, В. Рудан, М. Литвинюк, В. Демиденко та ін. [3; 6]. Питання банківської ліквідності висвітлено також у працях зарубіжних авторів: Х. Грюнінга, Р. Дутвейлера та ін. [1; 3].

Постановка завдання. Метою статті є уточнення поняття «ліквідність банку» та його ролі у забезпеченні стабільного функціонування банку, дослідження факторів, що впливають на ліквідність банку, а також розгляд і взаємозв'язок ліквідності банку як багаторівневої системи категорій, яка об'єднує такі поняття: ліквідність банківської системи; ліквідність банку; ліквідність балансу банку (ліквідність активів, ліквідність пасивів).

Виклад основного матеріалу дослідження. Ліквідність банку є однією з найважливіших системних характеристик банківської діяльності, яка

потребує вивчення, аналізу та ефективного управління. Банк, який має проблеми з ліквідністю, не може виконувати власні функції і проводити операції з обслуговування клієнтів; його рейтинг знижується, що значно ускладнює запозичення коштів із зовнішніх джерел, а тому втрачається потенційний прибуток.

Останніми роками особливої уваги набула тема забезпечення ліквідності банків. Особливо загострена ситуація відбулась у 2014 році, коли кризові події в країні почали загрожувати ліквідності значної кількості банків. Криза показала, з якою швидкістю може проявитися нестача ліквідності і як швидко можуть вичерпатися джерела фінансування, загострюючи проблему оцінки активів і достатності капіталу.

Серед факторів, що призвели до проблем із ліквідністю, можна вказати на зменшення довіри до банківської системи, зростання обсягу проблемних кредитів у портфелі банку, зменшення можливостей для залучення іноземних кредитів.

Тому на цьому етапі розвитку банківського сектора досить гостро стоїть питання удосконалення управління ліквідністю банків та підтримання рівноваги банківської системи в цілому.

Протягом останніх років у банківському секторі України спостерігався високий рівень турбулентності. Починаючи з 2014 року, 92 банки було ліквідовано, а частка «непрацюючих» кредитів станом на 01.01.2018 р. сягнула рівня 55% від загального обсягу кредитів (один із найвищих показників у світі) [8].

Сьогодні в Україні діють три нормативи ліквідності банків: миттєвої ліквідності, поточної ліквідності та короткострокової ліквідності. Вони визначають, яку частину пасивів мають покривати активи відповідної строковості, табл. 1.

Що стосується виконання нормативів ліквідності НБУ (табл. 1.), то важливо, що банки України володіють значним запасом ліквідності: норматив миттєвої ліквідності перевиконувався у періоді в середньому на 14,80%; норматив поточної ліквідності – на 50,20%; норматив короткострокової ліквідності – на 31,70 %.

Наслідки таких запасів ліквідності по банківській системі є двобічними: вони свідчать про стійкість банківської системи до «стресів», зрушень і про зниження прибутковості банків.

Недовіра до банків призводить до відтоку капіталу з банківського ринку. Банкам все важче

залучати на обслуговування клієнтів та зберігати депозитний портфель на безпечному рівні для функціонування банківських установ.

Усі ліквідовані банки було визнано не ліквідними. Таким чином, постає питання: яке визначення має поняття ліквідності?

Відповідно до законодавства, поняття ліквідності означає здатність банку забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань, що визначається збалансованістю між строками і сумами погашення розміщених активів та строками і сумами виконання зобов'язань банку, а також строками та сумами інших джерел і напрямів використання коштів [8].

Сьогодні немає єдиної точки зору щодо визначення поняття «ліквідність банку». Узагальнивши визначення різних науковців [2; 6; 7; 10], запропонуємо власне поняття «ліквідність банку», табл. 2.

Згідно з визначенням поняття з табл. 2, ліквідовані банки не мали достатньої кількості коштів щоб у відповідний момент завершення дії договорів депозитування та ведення поточних рахунків повністю розрахуватись перед своїми клієнтами.

Поряд із поняттям «ліквідність банку» в теорії та практиці використовуються такі поняття, як «ліквідність банківської системи», «ліквідність балансу банку», «ліквідність активів і пасивів». Тому ліквідність банку необхідно розглядати багаторівневою системою категорій, яка об'єднує поняття «ліквідність банківської системи», «ліквідність банку», «ліквідність балансу банку (ліквідність активів, ліквідність пасивів)».

Взаємозв'язок понять «ліквідність банківської системи», «ліквідність банку», «ліквідність балансу», «ліквідність активів та пасивів» наведена на рис. 1.

У науковій літературі досить часто розмежовують поняття «ліквідність активів банку», «ліквідність пасивів», «ліквідність балансу», «ліквідність банку». Але це не так, адже ліквідність банку визначає ліквідність банківської системи і безпосередньо залежить від ліквідності його балансу, що формується ліквідністю активів та пасивів.

Ліквідність є вираженням надійності банку, тобто показником, на який орієнтуються клієнти, формуючи певну думку, що є скоріш за все людським фактором. І якщо ліквідність є недостатньою, то прибутки також можуть впасти.

Одним із найважливіших завдань управління ліквідністю банку є аналіз факторів, які змінюють

Таблиця 1

Значення нормативів ліквідності по системі банків України протягом 2013–2017 рр., %

Норматив	на 01.01.14 р	На 01.01.15 р.	На 01.01.16 р.	На 01.01.17 р.	На 01.01.18 р.	
Н4	миттєва ліквідність (20%)	56,99	57,13	78,73	60,79	55,55
Н5	поточна ліквідність (40%)	80,86	79,91	79,98	102,14	108,08
Н6	короткострокова ліквідність (60%)	89,11	86,14	92,87	92,09	98,37

Джерело: на основі матеріалів [8]

або можуть змінити її рівень. Банк повинен бути спроможним не лише вирішити проблеми, виявлені за показниками своєї ліквідності, а й здійснювати тактичне і стратегічне управління ліквідністю

на основі всебічного аналізу всіх факторів, які тією чи іншою мірою впливають на можливість банку виконувати свої зобов'язання та задовольняти попит на кредити.



Рис. 1. Взаємозв'язок понять «ліквідність банківської системи», «ліквідність банку», «ліквідність балансу», «ліквідність активів та пасивів»

Джерело: на основі матеріалів [2; 8; 10; 12]

Таблиця 2

Розкриття поняття «ліквідність банку»

Визначення поняття «ліквідність банку»	Ключові слова
Здатність своєчасно виконувати свої зобов'язання. Інакше кажучи, суми його грошових коштів, які можна швидко мобілізувати з інших джерел, дають змогу вчасно виконувати зобов'язання, відображені в пасиві балансу [10, с. 8]	Здатність своєчасно виконати свої зобов'язання
Базовий показник захищеності клієнтів у ситуаціях, коли банк зобов'язаний погасити свої заборгованості у найкоротший термін [6, с. 635]	Можливість швидко погасити свою заборгованість
Спроможність забезпечувати своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань, завдяки збалансованості між строками та сумами погашення розміщених активів і строками та сумами виконання зобов'язань, а також строками та сумами інших джерел і напрямів їх використання [7, с. 34]	Спроможність швидко задовольнити потреби в коштах
Здатність банку своєчасно і в повному обсязі виконувати взяті на себе балансові та позабалансові зобов'язання та своєчасно і в повному обсязі забезпечити можливі потреби платоспроможних клієнтів у кредитних коштах за умови збереження постійної позитивної маржі між середньою вартістю наданих та залучених коштів [2, с. 26]	Здатність своєчасно виконати свої зобов'язання в повному обсязі
Здатність, не порушуючи внутрішніх та зовнішніх регулятивних вимог, виконувати усі зобов'язання в повному обсязі у необхідній валюті та у відповідний строк за рахунок структури балансу, а також спроможність фінансувати зростання кредитно-інвестиційного портфеля, зокрема завдяки зовнішнім запозиченням [13, с. 64]	Здатність, виконати зобов'язання в повному обсязі та відповідний строк
Власне визначення: поняття «ліквідність банку» пропонується розуміти як здатність банку швидко і без зайвих втрат перетворювати власні активи у готівкові кошти у необхідній валюті та у відповідний строк, мобілізувати кошти з інших джерел для своєчасного і повного погашення усіх своїх зобов'язань та отримання готівки в будь-який час із незначними витратами.	

Джерело: на основі матеріалів [2; 6; 7; 10]

Узагальнивши різні погляди щодо факторів впливу, запропоновано таку класифікацію (рис. 2) [2; 5; 6; 7].

Фактори впливу на ліквідність банку поділяються на внутрішні (фінансові та не фінансові) та зовнішні (загальні та спеціальні).

На відміну від внутрішніх чинників, зовнішні є неконтрольованими з боку банків. Через це особливої уваги набуває аналіз і прогнозування впливу зовнішніх чинників.

Варто зауважити, що одним із найбільш вагомих зовнішніх чинників, що впливають на ліквідність банку, є політика Національного банку України, що здійснюється через систему державного нагляду і регулювання діяльності банків.

Поряд із зовнішніми чинниками на ліквідність банку впливають внутрішні чинники. Оскільки від репутації, розміру, фінансового стану, кількості клієнтів значною мірою залежать можливості банку щодо залучення депозитів, налагодження зв'язків із партнерами та інвесторами, що впливає на якість і структуру активів і пасивів.

Таким чином, фактори впливу на ліквідність банку можна розглядати як корисну інформацію для ухвалення управлінських рішень. Недостатній рівень ліквідності спричиняє не лише неспроможність банку розраховуватися за своїми зобов'язаннями, а й неможливість залучення коштів для стабільного і ефективного функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи, зазначимо, що кожен банк для забезпечення своєї стабільності повинен бути впевненим, що у будь-який момент зможе задовольнити потреби своїх кредиторів і позичальників. Для

цього йому потрібно підтримувати відповідність між активними та пасивними статтями балансу, між строками повернення кредитів та строками закінчення депозитів. Для залучення коштів на строкові чи поточні рахунки, а також задоволення нових кредитних заявок клієнтів банк повинен мати зразкову репутацію у свідомості своїх потенційних вкладників та кредиторів. Для цього банку потрібно бути ліквідним. Адже для банку (як установи, що працює переважно з чужими грошима) репутацію заробити дуже складно, а втратити можна швидко. Наявність такого своєрідного замкнутого кола тільки підкреслює значущість ліквідності та здатності менеджменту налагодити ефективно управління нею для забезпечення стабільного функціонування та подальшого розвитку банку.

Потреби банку в ліквідних коштах і рішення щодо їх розміщення повинні постійно аналізуватися з метою запобігання і надлишку, і дефіциту ліквідних коштів. Зайві ліквідні кошти, що не реінвестуються, призводять до втрат прибутків банку, тоді як їх дефіцит повинний бути швидко ліквідованим, щоб уникнути несприятливих наслідків поспішних позик або продажів активів, які також спричиняють втрату прибутків. У разі виникнення надлишку ліквідних коштів банк повинен мати план інвестування цієї частини коштів із метою підвищення власних прибутків.

Під час дослідження було визначено, що нате- пер не має єдиного трактування поняття ліквідності банку. Отже, проаналізувавши поняття різних авторів, було уточнено визначення «ліквідність банку» та запропоновано розглядати здатність банку швидко і без зайвих втрат перетворювати

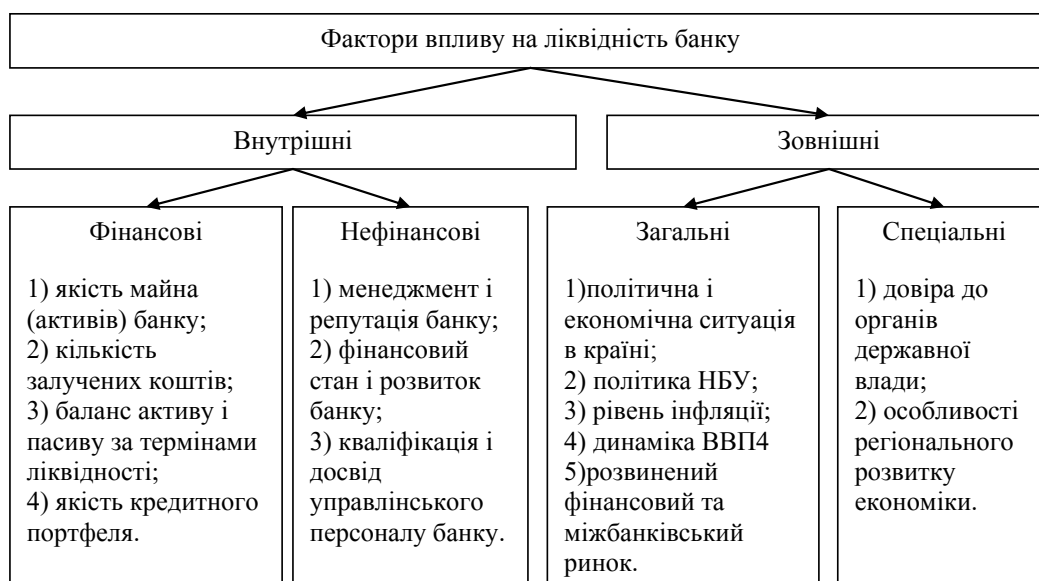


Рис. 2. Фактори, що впливають на ліквідність банків

Джерело: на основі матеріалів [2; 5; 6; 7]

власні активи у готівкові кошти у необхідній валюті та у відповідний строк, мобілізувати кошти з інших джерел для своєчасного і повного погашення усіх своїх зобов'язань та отримання готівки в будь-який час із незначними витратами.

Саме таке розуміння банківської ліквідності дозволить менеджерам банків максимально ефективно здійснювати управління ліквідною позицією банку.

У проведеному дослідженні визначено взаємозв'язок та взаємозалежність понять «ліквідність банківської системи», «ліквідність банку», «ліквідність балансу банку», «ліквідність активів і пасивів». Тому ліквідність банку необхідно розглядати багаторівневою системою категорій.

Необхідною умовою успішного управління ліквідністю є визначення факторів, що впливають на її рівень. Тому було систематизовано класифікацію факторів впливу на ліквідність банку. Аналіз існуючих класифікацій свідчить, що найбільш прийнятним є поділ факторів на внутрішні та зовнішні. Це зумовлено тим, що така класифікація дає змогу виокремити ті фактори, які є контрольованими з боку банків і вимагають розроблення заходів щодо їх управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Gruning H. Analyzing Banking Risk A Framework for Assessing Corporate Governance and Risk Management/ Hennie van Greuning, Sonja Brajovic Bratanovic. The International Bank for Reconstruction and Development/ THE WORLD BANK, 2009. 442 p.
2. Дзюблюк О., Рудан В. Управління ліквідністю банківської системи України: монографія. Тернопіль «Вектор», 2016. 290 с.
3. Duttweiler R. Managing liquidity in banks. A top down approach. A John Wiley & Sons Ltd, 2009. 286 p.
4. Зверяков М., Коваленко В., Сергеева О. Управління фінансовою стійкістю банків: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 520 с.
5. Коцюба І. «Економічна наука»: Управління ліквідністю – основа інтеграції стратегічного управління фінансовою діяльністю у банку. Інвестиції: практика та досвід. № 6, 2015. С. 81–85.
6. Литвинюк М., Демиденко В. Ліквідність банку та банківської системи як показник ефективності діяльності банку та її вплив на прибутковість комерційного банку. «Економіка і суспільство». 2017. № 10. С. 631–636.
7. Новікова Т., Антоненко О., Бауліна О. Управління ліквідністю банківської системи України: сучасний стан та проблеми. 25.11.2016. С. 32–44.
8. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>
9. «Положення про застосування Національним банком України стандартних інструментів регулювання ліквідності банківської системи»: Постанова № 615 від 17.09.2015 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0615500-15>
10. Стелмах В., Міщенко В. Ліквідність банку: окремі аспекти управління та світовий досвід регулювання та нагляду: Науково-методичні матеріали. Київ: НБУ. ЦНД. 2008. 286 с.
11. Степанова В. «Гроші, фінанси і кредит»: Вплив фінансової нестабільності на ліквідність банківської системи України. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. № 4 (32). 2015. С. 98–103.
12. Фінанси. Бюджет. Податки: національна та міжнародна термінологія: у 3-х т./ Ін-т світ. екон. і між-нар. відносин НАНУ, ДННУ «Акад. фін. управління»; за ред. Т. Єфименко. Т. 2. Київ, 2010. С. 283–286
13. Фусман О. Ліквідність у забезпеченні стабільності банку. Вісник КНТЕУ. 2013. № 4. С. 57–68.

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА MODERN MARKETING TOOLS IN THE ENTERPRISE'S ACTIVITY

У статті обґрунтовано, що базова система засобів маркетингу включає чотири основні складники, а нові концепції, що виникають, включають інструменти, які характеризують традиційні. Визначено, що одним із сучасних інструментів маркетингу є використання інтернет-маркетингу, який дозволяє суб'єктам підприємницької діяльності налагодити передовий процес взаємодії з покупцями, надаючи індивідуальне обслуговування, ефективно налагодити зворотний зв'язок, оперативно отримувати маркетингову інформацію. Наведено сучасні інструменти інтернет-маркетингу, такі як краудсорсинг та краудфандінг.

Ключові слова: маркетингові інструменти; інтернет-маркетинг; підприємство; краудсорсинг; краудфандінг.

В статье обосновано, что базовая система средств маркетинга включает четыре основные составляющие, а новые концепции, что возникают, включают инструменты, характеризующие традиционные. Определено, что одним из современных инструментов маркетинга является использование интернет-маркетинга, который позволяет

субъектам предпринимательской деятельности наладить передовой процесс взаимодействия с покупателями, предоставляя индивидуальное обслуживание, эффективно наладить обратную связь, оперативно получать маркетинговую информацию. Приведены современные инструменты интернет-маркетинга, такие как краудсорсинг и краудфандинг.

Ключевые слова: маркетинговые инструменты; интернет-маркетинг; предприятие.

The article grounds that the basic system of the marketing means includes four basic components and new arising conceptions include tools, characterizing the traditional ones. It is defined that one of the modern marketing tools is the usage of the Internet-marketing, which allows the subjects of the economic activity to establish the innovative process of interaction with the buyers, by means of individual service, to seek effective feedback from its customers, to obtain marketing information promptly. The article presents modern tools for the internet-marketing such as crowd sourcing and crowd funding.

Key words: marketing tools; internet-marketing; enterprise; crowd sourcing; crowd funding.

УДК 339 (088.72)

Красовська О.Ю.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародного
маркетингу
Університет імені Альфреда Нобеля

Постановка проблеми. Зважаючи на стрімкий розвиток сучасних товарних ринків, турбулентність і кризовість глобальних процесів, визначним моментом стратегії підприємств, зокрема і маркетинг-менеджменту, є успішне застосування маркетингових інструментів, коректне управління якими забезпечує побудову брендіваних товарів, а також створення стійкого іміджу окремої держави. Зазначимо, що останніми роками актуальність проблеми все більш зростає, що доводить теоретичну і практичну значущість цього дослідження.

Аналіз існуючих досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти сутності понять «торговельна марка», «бренд», «маркетингові інтелектуальні активи», «марочний капітал» представлені у працях багатьох учених: як зарубіжних (Д. Аакер, К. Веркман, П. Дойль, Ж.-Н. Капферер, Ф. Котлер, Д. Коулі, Ж.-Ж. Ламбен, Д. Р. Леманн, Дж. О'Шонессі, В. Д. Прауде, Е. Райс, Дж. Рендел, В. Д. Тамберг, П. Темпорал, Д. Ж. Траут, Д. Шульц та ін.), так і російських (А. Будник, В. Домнін, В. Пеція, М. Рюмін, М. Слушасько, В. Тесаков, Н. Тесакова, В. Тарнавський, М. Яненко та ін.) і вітчизняних авторів (А. Войчак, Т. Діброва, О. Зозульов, О. Кеңдюхов, О. Кістеня, О. Ляшенко, А. Мелетинська, О. Пестрецова, І. Піняк, В. Пустотін, Г. Рябцев, А. Старостіна, Р. Федорович, А. Федорченко та ін.). Проте досі потребує обґрунтування сутності маркетингових інструментів підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є визначення маркетингових інструментів та їх ідентифікація у різних видах діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для кращого розуміння особливостей інструментів маркетингу доцільно розглянути суть маркетингу та промислового маркетингу зокрема.

Маркетинг – це процес планування і втілення задуму щодо ціноутворення, просування та реалізації ідей, товарів і послуг через обмін, який задовольняє цілі окремих осіб та організацій. Можна запропонувати ще таке визначення: «Маркетинг – це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів» [1, с. 25].

Згідно з найбільш поширеними трактуваннями, комплекс маркетингу (маркетинг-мікс) – це сукупність маркетингових засобів, певна структура яких забезпечує досягнення поставленої мети та вирішення маркетингових завдань. Цих інструментів досить багато. Дж. Маккарті запропонував об'єднувати їх у 4 групи: продукт, ціна, місце і просування. У літературних джерелах цей підхід отримав назву концепції «4Р» (Product, Price, Place, Promotion). Відповідно до цієї концепції, організації в межах маркетингової діяльності розробляють і реалізують продуктову (товарну), цінову, збутову і комунікаційну політику. Це забезпечується на основі відповідності комплексу маркетингу «4Р» виробника (продавця) комплексу «4С» споживача (клієнта): customer needs and wants (потреби і бажання споживача), cost to customer (витрати клієнта), convenience (зручність), communication (комунікація) [2, с. 96].

В. Антощенкова, С. Ткаченко, О. Нікітіна [3, с. 167] дають таке визначення понять маркетинг та промисловий маркетинг:

1) «маркетинг – це симбіоз виробничо-економічних відносин, які виникають між товаровиробниками в результаті виробництва й реалізації продукції, який направлений на задоволення потреб та інтересів усіх учасників відносин у спрямуванні кінцевого продукту від виробника до споживача»,

2) «промисловий маркетинг – сукупність певних виробничо-економічних відносин, які зорієнтовані на товарну політику підприємства. Наразі маркетинг можна охарактеризувати так, як знання про потреби покупців, вимоги споживачів та їх проблеми, пошук нових шляхів вирішення цих проблем і доведення необхідної інформації до точно визначеного цільового сегмента. При цьому прибуток є винагородою за формування задоволеності споживача, а маркетинг виступає більше ніж окрема бізнес функція, це бізнес в цілому, який розглядається з точки зору клієнта».

Промисловий маркетинг – це діяльність, спрямована на просування цих товарів (ділових послуг) від підприємств-виробників до тих організацій і фірм, які купують їх для подальшого використання у виробництві або перепродажу без змін [4].

У своєму дослідженні В. Антощенкова, С. Ткаченко, О. Нікітіна роблять висновок, що, враховуючи специфіку інструментів маркетингу, промисловий маркетинг пріоритетним інструментом досягнення поставлених цілей вбачає систематизовану та адаптивну до мінливих умов ринку товарну політику [3].

І. Бойчук, А. Дмитрів розглядають маркетинг цілісною системою організації діяльності як малої фірми, так і потужної корпорації з розроблення, виробництва та збуту товарів, а також надання послуг на основі комплексного вивчення ринку і реальних запитів покупців із метою отримання бажаного прибутку [5, с. 102].

Левава частка грошових коштів, які обертаються у транзакціях, стосуються саме промислових ринків, на яких покупцями є підприємства та організації. Ідеться про промисловий маркетинг або так званий «бізнес-для-бізнесу» маркетинг (B2B маркетинг), який розвивається з істотним відставанням від теоретичних надбань та практичних рекомендацій у сфері споживчого маркетингу (B2C маркетингу) [6].

Автор говорить про те, що у практичній площині промисловий або B2B маркетинг оперує іншим інструментарієм та пріоритетами, що необхідно враховувати під час ухвалення управлінських рішень. Дослідник стверджує, що маркетингові заходи не повинні випереджати продажі, зазвичай вони йдуть позаду зі значним відривом. Здебільшого B2B маркетинг виставляє серйозні вимоги до товарної політики. Автор виділяє основними у про-

мисловому маркетингу такі елементи просування: заходи прямого маркетингу, участь у виставках, реклама у фахових виданнях, сувенірна та друкована реклама, представницькі заходи тощо [6].

Також автор говорить про те, що інструменти промислового маркетингу залежать від таких основних тенденцій розвитку маркетингу, як висока цінова чутливість покупців; скорочення бюджетів на маркетингові заходи; загострення конкуренції; зміщення фокусу на on-line інструменти та мобільні рішення; зміщення фокусу на оцінювання ефективності проведених маркетингових заходів.

Тому науковцем виокремлено такі основні інструменти:

1) доцільно вказувати на зростаючу популярність активних форм продажів на промислових ринках, які запозичені з арсеналу маркетингових інструментів, що прийшли зі споживчих ринків. Ідеться про географічний поділ територій і закріплення відповідальних, сегментування та категоризацію клієнтів, автоматизацію процесу продажів, використання принципів «лійки продажів» і контролювання активності продавців, використання пакетних ринкових пропозицій для клієнтів, CRM і управління клієнтською базою, систем стимулювання маркетингологів на основі ключових показників діяльності (англ. – KPI), програм лояльності для B2B клієнтів (наприклад, матеріальні заохочення дилерів за допомогою додаткових знижок, надання ексклюзивних прав на території або матеріальні заохочення у вигляді призів);

2) в реальності обладнання однієї категорії за своїми технічними характеристиками мало чим відрізняється від обладнання інших виробників, хоча зовні може виглядати по-іншому. Незважаючи на це, ціна та технічні параметри обладнання нерідко стають предметом так званої «гри» між виробником і замовником. Наприклад, виробник пропонує обладнання із завищеними параметрами, тим самим диференціює свою продукцію від інших конкурентів, аргументуючи більшу надійність і вищу ціну;

3) прямі продажі залишаються основним і найефективнішим інструментом просування товарів та комунікації з клієнтами. Особливого значення набуває робота з референтними особами та експертами думок на своїх ринках, що впливають на загальну думку про компанії або продукцію на ринку (наприклад, архітектори, проектанти, журналісти);

4) запорукою лояльності та довгостроковості співробітництва на промислових ринках є налагодження та розвиток особистісних стосунків із потенційними та існуючими покупцями, а також компетенції власного торговельного персоналу (глибоке знання продуктів і торгової пропозиції загалом, навички прямих продажів і спілкування з різними категоріями покупців);

5) підприємствам, що орієнтуються на бізнес-клієнтів, необхідно забезпечити маркетинг через Інтернет-сайт і потрапляння в десятку в передових пошукових системах за ключовими словами, а також обов'язкову присутність у цільових довідниках, що визначає так званий «гігієнічний рівень». Також використовуються спеціалізовані засоби масової інформації (більше іміджева реклама і створення репутації експертів, висвітлюючи професійні теми), участь у галузевих виставках (не частіше двох разів на рік), здійснення прямих рекламних звернень, що вважається одним із найпростіших методів комунікації з ринком, але на практиці є низькоефективним способом з потраплянням до 2% [6].

С. Мамалига [7, с. 146] говорить про те, що перші спроби систематизувати інструменти маркетингу припадають на 40-і рр. ХХ ст., коли в одній із публікацій Джеймса Каллітона виникає новий термін "marketing mix" (комплекс маркетингу). Він уперше застосував так званий «рецептний підхід» у вивченні витрат на маркетинг. Продавець був визначений ним як «упорядник маркетингової програми з інгредієнтів», оскільки саме він здійснює планування стратегії конкуренції, одночасно будучи менеджером, здатним інтегрувати всі складники в комплекс маркетингу [8].

Погоджуємося з думкою С. Мамалига, яка зазначає, що базова система засобів маркетингу включає чотири основні складники, а нові концепції, що виникають, включають інструменти, що характеризують традиційні. Product (товар) характеризують такі елементи, як Personnel (персонал), People (люди), Process (процес), Physical Evidence (фізичний доказ послуги), Perceptual psychology (психологічне сприйняття), Probe (апробація), Package (упаковка). До Price (ціна) можемо включити Profit (прибуток), до Place (місце) – Physical Premises (Навколишнє середовище), до Promotion (просування) – Publicity (публічність), Purchase (покупка), Package (упаковка), Public Relations (зв'язки з громадськістю), Physical Evidence (фізичний доказ послуги). Вивчаючи матеріал, ми пропонуємо вважати доцільним використання оптимального «набору» елементів комплексу маркетингу, який є стандартним у всіх сферах і галузях – «5Р»: товар, ціна, просування, розподіл, люди. Ці елементи універсальні та є найважливішими і з позиції підприємства – виробника, продавця, і з позиції ринку [7].

С. Оберемок [9], досліджуючи інструментарій маркетингу, зазначає, що класичними вважаються маркетингові інструменти, запропоновані Д. МакКарті в 1960 році і які отримали назву «4Р»: Product – продукт; Price – ціна; Place – місце, розподіл; Promotion – просування. Із 60-х років маркетингові інструменти переглядалися, доповнювалися, уточнювалися.

Типізація цих інструментів призвела до висновку про те, що всі нові інструменти маркетингу або є модифікацією класичних «4Р» (4Ркл.), або є характеристиками середовища застосування цих інструментів. Показово, що з американцем Ф. Котлером згодний європейець Ж.-Ж. Ламбен [10, с. 37]. Зміщується лише точка зору вчених: із необхідності задоволення функціональних потреб на необхідність задоволення емоційних потреб клієнта.

І. Пойта, розглядаючи рекламу одним з інструментів маркетингу підприємств, зазначає, що вона виступає основним елементом політики маркетингових комунікацій, без якої неможливо проінформувати споживачів про наявні товари або послуги, переконати їх у придбанні продукції або нагадати про її існування. Сьогодні реклама є однією з найважливіших маркетингових функцій, яка здійснюється абсолютно більшістю учасників ринкової діяльності. Ефект реклами є наслідком її впливу на обсяг збуту, рівень доходів та інші показники діяльності фірм-рекламодавців. Обсяг цього ефекту є незрівнянно вищим від витрат на рекламу [11, с. 44]. Автор виділяє такі основні засоби реклами: рекламу на телебаченні, рекламу в пресі, радіорекламу, зовнішню рекламу, презентаційні засоби та інтернет-рекламу.

Сьогодні потужним інструментом маркетингу є інтернет-маркетинг, який, на нашу думку, вже виокремився в окремий напрям маркетингу та маркетингової діяльності підприємств. Проте щодо промислових підприємств, то основним інструментом маркетингу в мережі Інтернет ми можемо вважати створення власних сайтів, блогів та інформаційних ресурсів, які інформують про діяльність та розвиток підприємства, продукцію, цінову політику.

Одним із сучасних інструментів маркетингу є використання інтернет-маркетингу, який дозволяє суб'єктам підприємницької діяльності налагодити передовий процес взаємодії з покупцями, надаючи індивідуальне обслуговування, ефективно налагодити зворотний зв'язок, оперативно отримувати маркетингову інформацію. Що дає можливість ухвалювати ефективні рішення, а також проводити високоякісну рекламну кампанію, а це сприяє підвищенню конкурентоздатності підприємства.

Інтернет-маркетинг – це соціальний та управлінський процес, спрямований на задоволення потреб споживачів у мережі Інтернет під час створення пропозиції та обміну товарів / послуг за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Інтернет маркетинг – це інструмент, який вирішує частину завдань маркетингу компанії.

Інтернет-маркетинг – це новий вид маркетингу, що включає традиційні елементи (товар, розподіл, просування, маркетингові дослідження), реалізовані за допомогою інструментів мережі Інтернет у дистанційному, інтерактивному режимі, тому забезпечує можливість прискорення, зде-

шевлення та більш якісного здійснення всіх маркетингових процесів. Це визначення, на відміну від інших, запропонованих науковцями, показує суть нового явища, місце в системі маркетингу, ресурси, необхідні для реалізації інтернет-маркетингу в економічному середовищі [12].

М. Окландер, І. Литовченко, М. Ботушан [13, с. 37] зазначають, що Інтернет є не лише новим інструментом маркетингової комунікації промислових підприємств, а потенціал Інтернету настільки високий, що його не можна розглядати лише допоміжним маркетинговим засобом. Думається, що в епоху інформаційної економіки Інтернет став новим середовищем маркетингу, формою існування і здійснення маркетингової діяльності.

Н. Колотова [14] виділяє такі сучасні інструменти маркетингу, як краудсорсинг та краудфандінг, що пропонує використовувати у маркетингу машинобудівних підприємств. Краудсорсинг – передання певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору).

Краудсорсинг – це частина того, що американський економіст, фахівець у галузі інноваційної діяльності Е. фон Хіппель називає «інновація з розрахунком на користувача». «Інновації швидко стають демократичними. Користувачі, спираючись на вдосконалення в комп'ютерних та комунікаційних технологіях, усе частіше можуть розробити свої власні нові продукти й послуги. Інновації користувачів (як приватних осіб, так і фірм) часто стають відкритими і потрапляють у вільний доступ, що ініціює створення інноваційних спільнот та багатого інтелектуального надбання» [15].

Краудфандінг – колективне фінансування або колективне співробітництво людей, які добровільно об'єднують свої фінансові чи інші ресурси для підтримки інших людей або організацій. Краудфандінг виник як ідея підтримки та надання фінансування для творчих проєктів і особистостей (акторів, співаків, спортсменів, режисерів) та використовується для надання фінансової допомоги постраждалим, проведення соціальних чи політичних акцій, фінансування інноваційних проєктів (стартапів) чи виробництва новітнього продукту тощо. Іноді краудфандінг розглядають різновидом краудсорсингу. Таким чином, краудсорсинг і краудфандінг – нові інструменти маркетингу відносин, за допомогою яких відбувається зниження комерційних ризиків інноваційних продуктів через залучення споживачів до процесів створення, тестування, фінансування та просування новинок тощо. Ці інструменти користуються глибинною соціальною природою людини, бажанням «бути причетним» до чогось нового (цікавого, модного, перспективного тощо).

Крім краудсорсингу та краудфандінгу, сьогодні деякими великими промисловими підприємствами

активно використовується краудмаркетинг та його інструменти. Використання краудтехнологій у комунікаційній діяльності для здійснення комунікаційного впливу на спільноти споживачів із метою формування бажаного контексту сприйняття комунікацій покладено в основу концепції краудмаркетингу.

1) Основною платформою для застосування краудтехнологій у комунікаційній діяльності є соціальні медіа. Вони вже сформовані за різноманітними тематиками спільноти, зокрема спільноти присвячені обговоренню брендів і надають змогу підприємству безпосередньо здійснювати комунікацію із співтовариствами потенційних споживачів. Інструментом, що надає змогу реалізувати концепцію краудмаркетингу у визначених площах, є так званий «маркетинг у соціальних медіа» (SMM). Маркетинг у соціальних медіа визначається як інструмент Інтернет-маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренда за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів [16, с. 107].

2) Серед соціальних медіа, які можуть використовувати підприємства у процесі реалізації концепції краудмаркетингу такі ресурси:

– соціальні мережі, які створені спеціально для того, щоб користувачі взаємодіяли один з одним.

3) мікроблоги – це різновид блогів, основною відмінною рисою яких є можливість писати тільки короткі повідомлення довжиною до 140 символів. Будь-яке з таких повідомлень можуть читати та коментувати інші користувачі або ж тільки ті, кому це дозволено автором. Мікроблоги набувають поширення у публічних персон, що можуть бути лідерами думок для споживачів. Тому комунікація таким способом має значні перспективи з боку формування бажаного ставлення користувачів мережі до брендів.

Перспективним інструментом для комунікаційної діяльності також виступають фото- та відеосервіси – сайти, де користувачі можуть ділитися своїми фотографіями та відеофайлами з усім світом. Крім того, на відміну від звичайних файлових сховищ, такі сервіси функціонують спільно із соціальними мережами. Наприклад, компанія Blendtec – виробник кухонних блендерів активно використовує такі сервіси у своїй діяльності і станом на вересень 2013 року на їх YouTube-каналі під назвою “Will it blend” було 219 мільйонів переглядів і більше півмільйона прихильників, а на сторінці у мережі Facebook – 38 тисяч «лайків».

– соціальні вкладки – це сайти, що пропонують користувачам можливість зберігати посилання на цікаві сайти, ділитися ними з друзями та отримувати до них доступ зі сторонніх комп'ютерів. Саме можливість передавати іншим користувачам мережі посилання надає змогу застосовувати краудтехнології у наведених ресурсах;

– соціальні новини – це сайти соціальних новин, де зібрані посилання на події, статті, зображення, опубліковані у мережі Інтернет. Усі новини оцінюються їх користувачами та найбільш популярні відображаються на головній сторінці ресурсу;

– підкасти – це цифровий медіа-файл або низка таких файлів, які розповсюджуються мережею для відтворення на портативних медіа-програвачах чи персональних комп'ютерах. Цей новий спосіб поширення аудіо- та відеоконтенту через мережу Інтернет надає змогу створювати матеріали будь-якому користувачу мережі. Підприємство має можливість підписатися на певний підкаст (стрічку новин), що буде оновлюватися автоматично, залежно від надходження нових медіа-файлів;

– однією з найстаріших форм соціальних медіа є веб-форуми, на яких користувачі обговорюють певні тематичні питання. Підприємство також може використовувати форуми для розповсюдження маркетингових комунікацій;

– геосоціальні мережі – соціальні медіа, що пропонують користувачам можливість за допомогою своїх мобільних телефонів, смартфонів чи комунікаторів відмічати місця, які вони відвідують щодня або відвідували колись. Із точки зору маркетингових комунікацій, важливу роль грають рекомендації користувачів щодо місць їх відвідувань, що формують їх сприйняття через призму рекомендацій інших споживачів. Продумана робота з рекомендаціями споживачів може надати не менш ефективний результат комунікації, ніж звичайна реклама, при цьому суттєво поступаючись у вартості.

4) Усі вищезгадані сервіси, є платформами для реалізації комунікаційної діяльності за допомогою краудтехнологій, оскільки користувачі мережі висловлюють свої думки, радять та відповідають на питання щодо товарів іншим споживачам. Робота з цими ресурсами створює відповідне сприйняття товару іншими споживачами, що шукають інформацію в мережі.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, розглянувши різні наукові думки щодо формування системи маркетингових інструментів та типологізацію маркетингових інструментів промислових підприємств різних авторів, можемо зробити висновок, що на разі основою для використання інструментів маркетингу слугують традиційні інструменти маркетингу «4Р»: ціна, продукт, просування та розподіл (збут). Усі нові інструменти маркетингу або є модифікацією класичних «4Р», або доповнюють їх. Одним із сучасних інструментів маркетингу є використання Інтернет-маркетингу, важливим інструментом якого є створення і розроблення власного сайту. Сьогодні також новими інструментами виступає бенчмаркінг, краутсорсинг, краудфандінг та краудмаркетинг. Останній базується на активному використанні соціальних мереж.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Оснач О., Пилипчук В., Коваленко Л. Промисловий маркетинг: Підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 324 с.
2. Артімонова І. Концепція маркетинг-міксу як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 4. С. 94–101.
3. Антощенкова В., Ткаченко С., Нікітіна О. Маркетинг промислового підприємства, як симбіоз виробничо-економічних відносин. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені П. Василенка. С. 166–175.
4. Росоха В. Промисловий і споживчий маркетинг. ННЦ «Інститут аграрної економіки». 2012. Вип. 7–9. С. 85–89. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2289/Rossokha_Promyslovyi%20i%20spozhyvchyi%20marketynh.pdf
5. Бойчук І., Дмитрів А. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 360 с.
6. Чухрай Н. Промисловий маркетинг у сучасних умовах господарювання. Національний університет «Львівська політехніка». 2013. С. 92–98. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/23413/1/14-92-98.pdf>
7. Мамалига С. Сучасні підходи до трактування маркетинг-міксу. Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки. Випуск № 4 (70), Том 2. 2012. С. 144–149.
8. Тематический портал «Маркетинг». Document HTML. URL: <http://marketing.web-3.ru>
9. Оберемок С. Інструменти та технології маркетингу: еволюція та розвиток на випередження: наукова стаття. Траектория науки. 2015. № 2–3. 0,68 авт. арк. URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/14>.
10. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для слушателей, обучающихся по программе «Мастер делового администрирования»; пер. с англ. под ред. В. Колчанова. 2-е изд. Москва: Питер, 2014. 718 с.
11. Пойта І. Проблеми та перспективи розвитку реклами у системі інструментарію маркетингу. Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 1 (20), 2017. С. 42–48.
12. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент для збільшення продаж. URL: <http://www.aweb.com.ua>
13. Окландер М., Литовченко І., Ботушан М. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: Монографія. Київ: Знання, 2011. С. 37.
14. Колотова Н. Нові інструменти маркетингу відносин інноваційних проектів машинобудівних підприємств: краудсорсинг і краудфандінг. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015, № 3. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
15. Eric Von Hippel. Democratizing Innovation. URL: <http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>
16. Полторак К. Маркетингова комунікаційна діяльність виробників планшетних комп'ютерів в мережі Інтернет. Дисер. на здоб. наук. ступ. канд. ек. наук : 08.00.04. Київ. 2016. 265 с.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ПУТЁМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

INCREASE OF ECONOMIC MECHANISM EFFICIENCY BY IMPROVING ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF BUSINESS MANAGEMENT

Главным фактором, влияющим на организационную структуру управления предприятием, является уровень используемой технологии. Это должно учитываться при формировании стратегии развития предприятия. Низкая активность украинских предприятий в вопросах реформирования организационной структуры связана с низким уровнем их инновационной активности. Организационная структура управления предприятием должна быть направлена на совершенствование производственного процесса, учитывать состояние внешней среды и тенденции Четвёртой индустриальной революции, что позволит повысить эффективность хозяйственного механизма предприятий.

Ключевые слова: хозяйственный механизм, организационная структура управления, инновации, эффективность.

Головним фактором, що впливає на організаційну структуру управління підприємством, є рівень використовуваної технології. Це повинно враховуватися під час формування стратегії розвитку підприємства. Низька активність українських підприємств у питаннях реформування організаційної структури пов'язана з низьким

рівнем їх інноваційної активності. Організаційна структура управління підприємством повинна бути спрямована на вдосконалення виробничого процесу, враховувати стан зовнішнього середовища і тенденції Четвертої індустріальної революції, що дозволить підвищити ефективність господарського механізму підприємств.

Ключові слова: господарський механізм, організаційна структура управління, інновації, ефективність.

The main factor affecting organizational structure of business management is the level of the technique used. This should be considered when forming business development strategy. Low activity of Ukrainian businesses in the issues of organizational structure reformation is associated with a low level of their innovative activity. The organizational structure of business management should be aimed at improving the production process and consider the state of the external environment and the trends of the Fourth Industrial Revolution which will improve the efficiency of the economic mechanism of businesses.

Key words: economic mechanism, organizational structure of management, innovations, efficiency.

УДК 005.72:658.5–027.236(045)

Лысевич С.Г.

к.э.н., доцент кафедры предпринимательства и торговли
Донецкого национального университета
имени Михаила Туган-Барановского
г. Кривой Рог, Украина

Постановка проблемы. Согласно статистическим данным за 2016 год, 26,6% украинских предприятий имели убыток [1]. Это свидетельствует об отсутствии эффективного хозяйственного механизма на многих предприятиях страны. Поэтому возникает объективная необходимость в исследовании и поиске путей для повышения эффективности хозяйственного механизма субъектов хозяйствования.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам хозяйственного механизма предприятий и их организационной структуре управления уделяют внимание многие учёные.

Так, А. Чухно, говоря о значении хозяйственного механизма, отмечает, что изменяя хозяйственный механизм и усовершенствуя его, можно быстро решить проблемы предприятий и повысить их эффективность. Именно поэтому вопрос о хозяйственном механизме занимает одно из ключевых мест в экономической теории [2, с. 60].

С. Мочерный хозяйственный механизм определяет системой форм, методов и рычагов реализации собственности, всестороннего развития человека и согласование интересов человека с интересами коллектива и общества [3, с. 572].

И. Гимельштейн отмечает, что организационная структура управления является инструментом

управления всех процессов и должна быть нацелена на инновационное развитие предприятия, что будет способствовать росту его эффективности [4, с. 181].

С. Покропивный рассматривает организационную структуру управления предприятием совокупностью подразделений и системой взаимосвязей между ними, подчинённостью [5, с. 64].

Анализ приведенных работ показывает, что учёные и практики уделяют большое внимание как хозяйственному механизму предприятия, так и его организационной структуре. При этом они отмечают, что и хозяйственный механизм и организационная структура управления предприятием служат источником повышения его эффективности. Однако большинство учёные рассматривают эти два экономических термина разобщенно. В целях поиска путей повышения эффективности предприятия организационную структуру и хозяйственный механизм следует исследовать во взаимосвязи, что и служит целью исследования.

Постановка задания. Исследование путей повышения эффективности хозяйственного механизма путём совершенствования организационной структуры управления предприятием.

Изложение основного материала исследования. В работе [6, с. 198] хозяйственный меха-

низм предприятия предложено рассматривать совокупностью экономического (внутреннего и внешнего); административного; нормативно-правового; социально-психологического механизмов.

Экономический механизм (внешний) регулирует деятельность предприятия в сфере обращения.

Экономический механизм (внутренний) регулирует отношения между менеджментом предприятия и структурными подразделениями предприятия, а также отношения между структурными подразделениями предприятия. Результатом этого механизма является конечная продукция. Этот механизм является наиболее важным, ибо от его результатов зависит качество продукции, срок изготовления, себестоимость.

Административный механизм включает в себя административные методы воздействия: приказы, распоряжения, инструкции, положения.

Нормативно-правовой механизм представляет собой совокупность норм, правил по охране труда, защите окружающей среды, должностные инструкции, стандарты предприятия.

Социально-психологический механизм представляет собой методы воздействия на людей нематериальных поощрений, формирование здоровой психологической атмосферы, корпоративной культуры.

Организационная структура управления является одним из важнейших составляющих элементов хозяйственного механизма, который позволяет собственникам принимать ключевые решения по управлению предприятием.

Эти ключевые решения связаны с разработкой стратегии, с распределением прибыли, что прямо и непосредственно влияет на развитие предприятия.

Именно от верно избранной стратегии на 70% зависит успешная финансово-хозяйственная деятельность предприятия, которая проявляется в поставленных целях [7, с. 408–409]. Стратегия разрабатывается как с помощью ведущих менеджеров, так и при непосредственном участии собственников. При формировании стратегии развития предприятия формируется и организационная структура управления, главной задачей которой является достижение целей, сформированных в стратегии предприятия. Таким образом, органи-

зационная структура управления предприятием является результатом разработанной стратегии и должна соответствовать принятой стратегии.

Организационная структура управления предприятием включает производственную структуру и структуру аппарата управления. Производственная структура состоит из подразделений, связанных с изготовлением продукции или оказанием услуг, а структура аппарата управления из отделов и служб.

Так как главная цель предприятия – это выпуск конкурентоспособной продукции и на этой основе получение прибыли, поэтому главной составляющей в организационной структуре предприятия является производственная структура. Именно здесь изготавливается продукция, именно здесь формируется конкурентоспособность всего предприятия.

В основе производственной структуры лежат технологии. Сегодня именно уровень используемых технологий является тем краеугольным камнем, от которого зависит конкурентоспособность предприятия.

Учитывая это, можно отметить, что именно используемые технологии являются основой, как производственной структуры, так и всей организационной структуры управления. Поэтому говоря о стратегии развития предприятия, необходимо при её разработке на первое место ставить стратегию развития производства, его инновационную технологическую составляющую, которая позволит сохранить конкурентную позицию на рынке.

Рассмотрим инновационную активность украинских предприятий, представленную в таблице 1.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что за период 2014–2016 годов произошло увеличение общей суммы затрат на инновационную деятельность. Удельный вес предприятий, занимающихся инновационной активностью увеличился, но эти показатели значительно ниже, чем в развитых странах.

Учитывая то, что уровень внедрения технических инноваций на украинских предприятиях незначительный, поэтому и не происходит эффективного реформирования организационных структур управления, ибо они напрямую зависят от уровня используемых технологий.

Таблица 1

Показатели инновационной активности украинских предприятий [8]

Год	Общая сумма затрат на инновационную деятельность, млн. грн.	Уд. вес предприятий, занимающихся инновациями, %	Уд. вес затрат на приобретение машин, оборудования и программного обеспечения, %
2014	12 395,72	16,1	66,5
2015	15 526,61	17,36	80,7
2016	23 229,50	18,9	85,4

*затраты на инновационную деятельность приведены с учётом инфляции [8]

Организационные структуры управления способствуют внедрению новых технологий и затем сами должны трансформироваться, т.е. соответствовать требованиям производственного процесса. В противном случае снижается эффективность работы предприятия.

Рассматривая вопросы повышения эффективности хозяйственного механизма предприятий путём усовершенствования организационных структур управления, следует также учитывать и тенденции Четвёртой индустриальной революции, которая началась в мире и имеет следующие особенности:

- 1) развиваются глобальные связи между предприятиями;
 - 2) повышается уровень сервиса продукции;
 - 3) организация производства охватывает все стадии жизненного цикла продукции (от разработки до утилизации);
 - 4) происходят частые изменения в технологии;
 - 5) повышается влияние предприятий на общество в целом;
 - 6) производство продукции для массового потребителя превращается в производство для конкретного потребителя;
 - 7) происходит стимулирование развития производства в собственных странах вместо переноса его в страны с низкой заработной платой;
 - 8) широкое применение в производстве роботов и информационных технологий [9, с. 17–18].
- Такие особенности Четвертой индустриальной революции необходимо учитывать при формировании организационных структур управления предприятиями.

В рыночных условиях хозяйствования, характеризующихся наличием конкуренции, не может быть стандартных организационных структур, они являются индивидуальными. Учитывая особенности Четвертой индустриальной революции, основные требования к организационной структуре управления можно свести к следующему:

- 1) организационная структура должна быть гибкой, быстро реагировать на изменения во внешней среде. Для этого необходимо более тщательно изучать рынок, выявлять индивидуальные потребности и ориентировать производство на их удовлетворение;
- 2) частые изменения в технологии в сторону ее усложнения вызывают необходимость повышения квалификации работающего персонала, поиска соответствующих работников;
- 3) требования к повышению уровня сервиса выпускаемой продукции, вызывают необходимость в повышении качества продукции и дополнительных затратах на ее обслуживание, расширение сети деятельности предприятия;
- 4) влияние производства на общество способствует развитию сотрудничества предприятия с

общественными организациями, с органами государственной власти, развития и совершенствования социальной ответственности бизнеса. Происходит более тесное единение предприятий с обществом.

С учетом этого изменения в организационных структурах предприятий возможны в следующих направлениях:

- 1) совершенствование маркетинга, расширение его возможностей и повышения качества. Такая тенденция вызывает необходимость расширения количества персонала, занятого исследованием рынка, повышением его квалификации;
- 2) возрастание роли и значения служб, занятых персоналом, увеличение их численности и качества. Именно человеческий фактор становится определяющим в повышении конкурентоспособности предприятия;
- 3) формирование и расширение деятельности структурных подразделений, связанных сотрудничеством с общественными организациями и государством, с развитием социальной ответственности предприятий;
- 4) повышение гибкости организационной структуры может быть достигнуто за счет передачи полномочий в принятии многих решений от руководителя до низовых подразделений, что позволит повысить ответственность подчиненных за принятые решения. Руководители будут заняты преимущественно разработкой стратегии предприятия и ее реализацией;
- 5) формирование подразделений, занятых изучением рынка новых технологий, новаций и их внедрением на предприятии;
- 6) сокращение числа уровней управления.

Формирование соответствующей организационной структуры управления позволит повысить эффективность хозяйственного механизма предприятия.

Выводы из проведенного исследования. Такой поход к повышению эффективности хозяйственного механизма предприятия с помощью совершенствования организационной структуры управления позволяет:

- 1) учитывать то обстоятельство, что главным элементом в организационной структуре управления предприятием является уровень используемой технологии;
- 2) в современных условиях хозяйствования возрастает роль исследования рынка инноваций и их быстрого внедрения в производственный процесс, что вызывает при этом и реформирование всей организационной структуры управления;
- 3) украинским предприятиям необходимо учитывать новые тенденции, связанные с Четвёртой индустриальной революцией, что отразится на формировании новых организационных структур управления.

Результаты этих исследований служат основой для проведения дальнейшего изучения по формированию оптимальных организационных структур управления предприятиями с целью повышения их эффективности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Фінансові результати підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності за період 2014–2016 роки, URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Чухно А. Господарський механізм та шляхи його вдосконалення на сучасному етапі. Економіка України. 2007. № 3. С. 60–67.
3. Мочерний С., Мочерна Я. Політична економія: навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 684 с.
4. Гимельштейн И. Формирование организационной структуры управления инновационного

предприятия. Вестник Иркутского государственного технического университета. 2016. № 6 (101). С. 181–186.

5. Економіка підприємства: підручник / М. Грещак, В. Колот, А. Наливайко та ін.; за ред. С. Покропивного. Київ: КНЕУ, 2000. 528 с.

6. Лысевич С. Формирование структуры хозяйственного механизма с учётом сферы производства и обращения. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2014. Вип. 2 (9). С. 196–201.

7. Терещенко О. Фінансова діяльність суб'єкта господарювання: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2003. 554 с.

8. Інноваційна активність. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

9. Рябошлик В. Четверта промислова революція: небачені можливості і передбачувані виклики. Економіст. 2017. № 6. С. 1–28.

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНЦІЯ» ТА «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ»

ECONOMIC NATURE CONCEPT “COMPETITION” AND “COMPETITIVENESS”

УДК 339.137.2

Дудник О.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри ОБМ
Харківський національний технічний
університет
сільського господарства
імені Петра Василенка

Міненко С.

здобувач
Харківський національний технічний
університет сільського господарства
імені Петра Василенка

У статті розглянуто та узагальнено теоретичні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність». Описуються різноманітні підходи науковців до визначення цього поняття. Аналізуються фактори, що забезпечують конкурентну перевагу підприємства. Формується комплексне уявлення про диференціацію поняття.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі.

В статье рассмотрены и обобщены теоретические подходы к определению понятия «конкурентоспособность». Описываются различные подходы ученых к определению этого понятия. Анализируются факторы,

обеспечивающие конкурентное преимущество предприятия. Формируется комплексное представление о дифференциации понятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность товара, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность отрасли.

The article reviews and summarizes theoretical approaches to the definition of “competitiveness” describes the different approaches of scientists in the determination of the term. Analyzes the factors which provide competitive advantage forms a complex understanding of the concept of differentiation.

Key words: competition, competitive, competitive goods, competitiveness, competitiveness of industry.

Постановка проблеми. За останні роки світова економіка розвивалася дуже стрімкими темпами. З'являються нові технології, нові продукти, нові запити з боку споживачів. Під час таких кардинальних змін виробникам найрізноманітніших благ та послуг необхідно вчасно та успішно адаптуватися до мінливих умов ринку. Особливо це стосується аграрних підприємств. Незважаючи на те, що їхня продукція завжди користувалася та буде користуватися величезним попитом, виникає ризик не повністю реалізувати власну продукцію або реалізувати не за максимально вигідними цінами, що спричинює зниження прибутковості товаровироб-

ника і, відповідно, його конкурентоспроможності. У часи ринкової економіки надзвичайно важливу роль відіграє управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки тільки з підвищенням рівня виробництва та якості товару можна бути впевненим у тому що продукція буде користуватися попитом. При цьому необхідний системний підхід до управління конкурентоспроможністю, щ базується в тому числі і на вивченні економічної природи ключових понять цього напряму управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку конкурентоспроможності підприємства і його продукції розкриті в робо-

тах зарубіжних учених: А. Сміта [17], Д. Рікардо, А.О. Курно, Е. Чемберліна [21], М. Портера [14] та інших. Також вагомий внесок у дослідження питань конкурентоспроможності вітчизняних підприємств зробили вітчизняні вчені-економісти: В. Андрійчук [2], В. Воротін [3], А. Калічавий [5], О. Красноруцький, М. Малік [7], В. Месель-Веселяк, Н. Міценко [12], О. Яновський [23] та інші.

Незважаючи на велику кількість досліджень у цьому напрямі, підходи до трактування понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» залежать від суб'єктивної думки фахівця, що займається вивченням цього питання, його кваліфікації та обізнаності в економічних процесах, що відбуваються на мікро- та макрорівні. Тож вважаємо, що це питання потребує додаткового розгляду, а зроблені висновки будуть цінними для здійснення управління підприємствами в сучасних умовах, в тому числі й сільськогосподарськими, які мають свої характерні особливості.

Метою статті є дослідження економічної природи понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» та визначення характерних особливостей цих понять стосовно сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. З давніх часів людство розвивалося завдяки конкуренції в будь-якій галузі: економіці, політиці, побуті тощо. Незважаючи на різні трактування терміна, конкуренція всюди виступає як один і той самий вид діяльності, а саме у вигляді взаємозв'язків і боротьби між суб'єктами господарської діяльності для створення найкращих цін на товари і послуги для підвищення попиту на запропоновані блага.

Якщо брати економічний складник історії конкуренції, то без неї не з'явилось б таких могутніх країн, як США, Японія, Китай і багато інших. Конкуренція є невід'ємною частиною розвитку людства і по праву може вважатися одним із найважливіших чинників світового прогресу.

Дослідження сутності конкуренції та її впливу на господарське життя, як зазначає А.В. Калічавий, почало активно розвиватися з XVIII століття. Протягом тривалого часу поняття «конкуренція» розглядалося лише як певний атрибут ринку. Пройшло не одне століття до того, як економічна думка визначила конкуренцію головним механізмом функціонування ринкової економіки, складною системою товарного господарства [5].

Так, Адам Сміт розглядає два варіанти розвитку конкуренції. Перший варіант полягав в умовах формування природної ціни – ціни вільної конкуренції, центру, навколо якого розгортаються всі можливі події економічної активності країни, коли можна вільно вкладати і вилучати капітал із прибуткових і збиткових галузей. Другий варіант полягав у тому, що конкуренція виникає внаслідок нестачі платоспроможного попиту або пропози-

ції товарів на ринку [17]. Д. Рікардо ж розглядав конкуренцію як конкурентну боротьбу. Він вважав, що ціни утворюються шляхом впливу попиту і пропозиції в результаті конкурентної боротьби. Економіст Е. Чемберлен доповнив поняття «монополістична конкуренція». Він вважав, що сутність монополістичної конкуренції полягає в диференціації продукту, а саме в контролі над пропозицією, а значить, і ціною [21]. Дж. Робінсон вважав, що всякий окремий виробник володіє монополією на свою продукцію – це досить очевидно, і якщо велика їх кількість виступає з продажами за досконалої конкуренції, то виникає стан, який ми звикли описувати як досконалу конкуренцію [15].

Протягом першої половини ХХ сторіччя забезпечення зростання конкурентоспроможності підприємств відбувалося в основному за рахунок зниження витрат.

Запропонована М. Портером базова конкурентна стратегія «лідирівання за витратами» адекватно відображає сутність тодішньої доктрини: конкурентоспроможність підприємств досягалася за рахунок використання ефектів масштабу та досвіду, прискіпливої уваги до зниження собівартості та продажу товарів за цінами, що дорівнюють або нижчі від цін конкурентів.

Еволюцію теорії конкуренції від зародження поняття до сучасних особливостей подано в таблиці 1.

Сьогодні конкуренція є особливим типом діяльності та, на думку І.А. Савченко, визначається як особливий рід відносин між конкретними господарчими суб'єктами, що виникають у зв'язку з виробництвом і обміном матеріальних благ (товарів чи послуг) у межах конкретного ринкового конкурентного середовища або за умов зацікавленості суб'єктів певними економічними ресурсами [23].

Конкуренція як економічна категорія – це боротьба між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг, за привласнення найбільших прибутків. Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо.

Найбільш повним і сучасним, на нашу думку, є визначення конкуренції, що запропоноване А.В. Калічавим. Він визначає конкуренцію як рушійну силу ринкової економіки, яка спонукає до створення нових видів товарів та послуг, підвищення якості наявних, зниження цін, економії обмежених ресурсів і підвищення соціально-економічного розвитку.

Дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємозв'язані.

Еволюція наукової думки про конкуренцію

Вчені	Внесок у розвиток економічної науки щодо поняття «конкуренція»
А. Сміт [17]	Кожен підприємець, задовольняючи власні інтереси, одночасно реалізує й суспільні. Сформулював теоретичні основи моделі досконалої конкуренції, що повністю виключають цілеспрямований контроль ринкових процесів. Конкуренція – сила, що повертає ринок через механізм взаємодії попиту та пропозиції у певну рівновагу, до формування ціни вільної конкуренції.
Д. Рікардо	Сформулював основні елементи теоретичної концепції конкуренції та основні її умови. Автор теорії абсолютних і відносних конкурентних переваг
К. Маркс Ф. Енгельс [8]	Заклали основи розуміння конкуренції як закономірності, розкривши її зв'язок насамперед з основним законом товарного виробництва. Конкуренція встановлює однакову ринкову вартість і ринкові ціни з різних індивідуальних вартостей товару.
К. Менгер, Ф. Візер [10]	Здійснили перехід від аналізу конкуренції на макрорівні до мікрорівня і розглянули сутнісні умови конкуренції.
А. Маршалл [9]	Критикував умовності моделі вільної конкуренції та вказав на важливість нецінових методів конкурентного змагання. Сформулював механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої конкуренції та дії законів граничної корисності й граничної продуктивності. Суть конкуренції полягає у змаганні однієї людини з іншою, особливо під час продажу або купівлі чого-небудь.
Е. Чемберлін [21]	Вводить поняття «чиста конкуренція», «монополістична конкуренція», «диференціація продукту». Вона існує на ринку тоді, коли наявні велика кількість продавців і однорідний продукт. На думку вченого, навіть за великої кількості виробників і продавців певного виду товару кожен із них пропонує покупцю особливий товар.
Дж. Робінсон [15]	Встановив, що за недосконалої конкуренції кількість товару на ринку зменшується, внаслідок чого зростають ціни, що веде до збільшення монопольного прибутку та порушує закони ринку.
Дж. М. Кейнс [14]	Запропонував теорію необхідності державного втручання в процеси конкуренції. Сформулював новий напрям економічної думки – відносну нестабільність ринкової економіки і необхідність її державного регулювання.
Д.К. Гелбрейт [3]	Вважав, що наявність на ринку досконалої конкуренції неможлива за присутності корпорацій. Вчений пропонує модифікувати неокласичну модель для того, щоб включити випадки, коли ринки поділені між кількома великими виробниками.
М. Туган-Барановський [18]	Конкуренти, на думку вченого, намагаються витіснити один одного, захопити в своє володіння ті чи інші господарські блага, і тому конкуренція завжди має характер боротьби, суперництва декількох осіб у досягненні однієї і тієї самої цілі.
Й. Шумпетер [23]	Проаналізував вплив упровадження інновацій на сутність конкуренції. Стверджував, що в реальності на ринках є «гібрид» моделей «чистої монополії» і «чистої конкуренції».
М. Портер [14]	Відокремив три основні аспекти конкуренції – конкурентні сили галузі, конкурентні стратегії та конкурентні переваги. Запропонував власну модель 5 конкурентних сил. Єдиною можливістю втримати завойовані конкурентні переваги є постійне їх удосконалення. Конкуренція – це не рівновага, а постійні зміни.
Дж. Ф. Мур [1]	Підприємства можуть досягнути суттєвих фінансових результатів, якщо їхні товари та послуги будуть ефективнішими, ніж у інших компаніях. Провів аналогію між природним середовищем і бізнес-середовищем («Коеволюція»)
Ч. Кім, Р. Моборн [7]	Поділяють ринок на «червоні океани» (всі наявні галузі на ринку) та «голубі океани» (неіснуючі натепер). Зазначають, що в умовах, коли в різних галузях економіки пропозиція починає перевищувати попит, боротьба за частку ринку вже недостатня для забезпечення стійкого зростання.

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Як зазначається в науковій літературі, у широкому розумінні конкурентоспроможність – це зумовлена економічними, соціальними політичними чинниками позиція країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках інших країн.

Але поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств дещо відрізняється від загальноприй-

нятого визначення терміна конкурентоспроможності та трактується набагато складніше. Конкурентоспроможність аграрних підприємств можна розглядати як здатність виробників в аграрній сфері користуватися своїми конкурентними перевагами і перемагати своїх конкурентів у боротьбі на внутрішніх та зовнішніх ринках, при цьому максимально використовувати доступні для підприємства земельні ресурси та найкращім чином задовольняти потреби споживачів.

Оскільки під час вивчення різних літературних джерел ми виявили, що немає загально-

прийнятого визначення конкурентоспроможності, не сформовано загального підходу щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів, ми вирішили проаналізувати поняття «конкурентоспроможність» з єдиних системних і методичних позицій та уявлень про її сутність, конкретизуючи і доповнюючи зміст цього поняття для кожного з можливих об'єктів дослідження. Проведення аналізу останніх досліджень і публікацій дає змогу сформулювати трактування категорії «конкурентоспроможність», запропоновані відомими авторами (табл. 2).

Загальний підхід до трактування поняття «конкурентоспроможність» дає можливість визначити його як здатність досягти найкращих результатів у конкретній сфері діяльності в процесі суперництва.

Аналізуючи наведені трактування конкурентоспроможності та вивчаючи роботи вчених, ми дійшли висновку, що надаємо перевагу думці М. Портера: «не існує універсального визначення поняття конкурентоспроможності для всіх суб'єктів і об'єктів».

Він пропонує досліджувати та формувати визначення поняття конкурентоспроможності для кожного окремого об'єкта з урахуванням відповідної його специфіки, оскільки сьогодні конкуренція є на всіх господарських рівнях рівнях.

Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина і ціле. Зазвичай можливість фірми конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності її товарів (послуг), а також сукупності економічних методів управління господарською діяльністю, що впливають на результати конкурентної боротьби [22].

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств дещо відрізняється від загальноприйня-

того визначення терміна конкурентоспроможності та трактується набагато складніше. Конкурентоспроможність аграрних підприємств можна розглядати як здатність виробників в аграрній сфері користуватися своїми конкурентними перевагами і перемагати своїх конкурентів у боротьбі на внутрішніх та зовнішніх ринках, при цьому максимально використовувати доступні для підприємства земельні ресурси та найкращим чином задовольняти потреби споживачів.

Оскільки рівнем нашого дослідження ми обрали підприємство, то вважаємо за потрібне продовжити науково-дослідницьку роботу в цьому напрямі для більш детального конкретизування та дослідження понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», особливо звернувши увагу на аграрні підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, конкурентоспроможність – багаторівнева економічна категорія, складовими рівнями якої є: технологія, товар, підприємство, регіон, галузь і країна. Усі ці рівні взаємозалежні, і оцінка їхнього стану насамперед визначається станом справ на першому рівні. Надана ієрархія передбачає, що наявність та поточний стан використання ресурсів кожного нижчого суб'єкта конкуренції формує конкурентоспроможність вищого суб'єкта та має властивість нарощувати його з кожним рівнем ієрархії.

Узагальнюючи викладене, конкурентоспроможність можна визначити як здатність деякого класу об'єктів продуктивно займати ринкову нішу й ефективно утримувати свої позиції.

Ступінь посилення ринкових позицій на зовнішніх ринках окремого підприємства переважно переходить від рівня конкурентоспроможності підприємства до рівня конкурентоспроможності держави (регіону, галузі).

Таблиця 2

Визначення поняття «конкурентоспроможність»

Джерело	Визначення
С.В. Мочерний [13]	Це здатність працювати прибутково, використовуючи всі наявні фактори виробництва, і виробляти продукцію за певними параметрами кращу, ніж продукція конкурентів.
Р.А. Фатхутдінов [19]	Властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на конкретному ринку.
В. Лагутін [2]	Здатність товару більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, наявними на ринку.
М. Єрмолов [4]	Відносна характеристика, яка відображає відмінність процесу розвитку виробника від конкурента як за рівнем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності».
Б. Шлюсарчик [22]	Відносна здатність не тільки підприємства, але й сектору, народного господарства порівняно з іншими суб'єктами економічних відносин до: виробництва сучасних, технологічно інтенсивних товарів, вирішення нових технічних проблем, досягнення доходів (постійно зростаючих) за високого рівня зайнятості та відносно високого рівня заробітної плати.
М. Портер [14]	Порівняльна перевага відносно інших фірм, здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Moore J. F. *The Death of Competition* / J. F. Moore. NY : Harper Business, 1996. 297 p.
2. Воротін В.Є. Еволюція методологічних підходів до формування конкурентних переваг суб'єктів аграрного виробництва / В.Є. Воротін, Є.Ю. Маркова // *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. № 3. 2016, с. 27–32
3. Гэлбрейт Дж. *Новое индустриальное общество* / Дж. Гэлбрейт ; пер. с англ. М. : АСТ : Транзит-книга ; СПб. : Terra Fantastika, 2004. 602 с.
4. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М.О. Ермолов. Мысль, 1990. 229 с. С. 44.
5. Калічавий А.В. Еволюція конкуренції: від зародження поняття до сучасних особливостей / А.В. Калічавий // *Економічна теорія та історія економічної думки*. Випуск 5 (115), с. 58–63
6. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія] / М.Й. Малік, О.А. Нужна. К., 2007. 270 с. (Ін-т аграрної економіки)
7. Маркс К. *Капитал. Критика политической экономии* / К. Маркс; под ред. Ф. Энгельса. Т. III. Ч. I. – М. : Политиздат, 1975. 508 с.
8. Маршалл А. *Принципы экономической науки* / А. Маршалл ; пер. с англ. Т. II. М. : Прогресс, 1993. 310 с.
9. Менгер К. *Основания политической экономии* / К. Менгер. URL: http://polbu.ru/menger_politeconomy.
10. Міценко Н.Г. / Конкурентоспроможність та конкурентоспроможні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009., ВИП 19.3. С. 382.
11. Мочерний С.В. *Економічна теорія: Підручник*. / С.В. Мочерний // – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. 856 с.
12. Портер М.Э. *Конкуренция* : Пер. с англ. : уч. пос. М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. 495 с. С. 20–21.
13. Робинсон Дж. *Экономическая теория несовершенной конкуренции*. / Дж. Робинсон // – М.: Прогресс. 1986. С. 65–84
14. Савченко І.А. Сучасні підходи до економічної сутності конкурентних відносин / І.А. Савченко]: *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1785>.
15. Смит А. *Исследование о природе и причинах богатства народов: (Кн. I-III)* / Рос. акад. наук, Ин-т экономики; [Пер. с англ., введ. ст., коммент. Е.М. Майбурда]; Отв. ред. Л.И. Абалкин. М.: Наука, 1993. 570 с.
16. Туган-Барановский М. *Русская фабрика в прошлом и настоящем*. Соч. в 3 т: *Конкуренция и ее границы* / М. Туган-Барановский. М. Наша жизнь, 1907
17. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление*. М.: ИНФРА, 2000. 312 с.
18. Чемберлин Э. *Теория монополистической конкуренции (Реориентация теории стоимости)*. / Э Чемберлин ; [пер. с англ. / под ред. Ю. Я. Ольсевича]. М.: Экономика, 1996. 351 с.
19. Шлюсарчик Б. *Умови інноваційності підприємств у сучасній ринковій економіці* / Б. Шлюсарчик // *Держава та регіони*. 2009. № 3. С. 206–211.
20. Шумпетер І.А. *Теория экономического развития* / И. А. Шумпетер. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
21. Янковой О.Г. *Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення*// *Монографія* // Одеса 2013.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ПИВНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

RESEARCH OF BEER MARKET OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

УДК 658.8.012.12

Розумей С.Б.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний університет харчових
технологій

Ступка К.Є.

студент
Національний університет харчових
технологій

Ніколаєнко І.В.

асистент кафедри маркетингу
Національний університет харчових
технологій

У статті висвітлено статистичні та аналітичні дані стосовно стану пивного ринку України за останнє десятиліття. Проаналізовано динаміку виробництва, експорт, імпорт та торговий баланс ринку пива в Україні. Досліджено основних гравців ринку та тенденції у споживанні пива. З'ясовано причини нестабільної ситуації пивної галузі. Визначено основні напрями розвитку пивоварних підприємств в умовах економічної кризи.

Ключові слова: ринок пива, виробництво, експорт, імпорт, торговий баланс ринку пива, економічна нестабільність, тенденції споживання, напрями розвитку.

В статье раскрыты статистические и аналитические данные о состоянии пивного рынка Украины за последнее десятилетие. Проанализирована динамика производства, экспорт, импорт и торговый баланс рынка пива в Украине. Проведены исследования основных игроков рынка и тенденции в потреблении пива. Выявлены причины

нестабильной ситуации пивной отрасли. Определены основные направления развития пивоваренных предприятий в условиях экономического кризиса.

Ключевые слова: рынок пива, производство, экспорт, импорт, торговый баланс рынка пива, экономическая нестабильность, тенденции потребления, направления развития.

Statistical and analytical data in relation to beer market of Ukraine for the last decade are reflected in the article. The dynamics of production, export, import and trade balance of beer market is analyzed in Ukraine. The basic players of market and tendency in the consumption of beer are investigated. The reasons of unstable situation of beer industry are found out. The basic directions of brewing enterprises' development in the conditions of economic crisis are determined.
Key words: beer market, production, export, import, trade balance of beer market, economic instability, tendencies of consumption, directions of development.

Постановка проблеми. Пивний ринок України останнє десятиліття демонстрував і активний розвиток, і стабілізацію в результаті своєї насиченості, і тенденції до спаду в результаті погіршення економічної та політичної ситуації в країні на фоні світових кризових явищ. У розрізі зазначеної проблеми постає необхідність у ретельному і регулярному виявленні причин і максимальному нівелюванні зовнішніх негативних факторів, які спричиняють таку ситуацію, або ж у максимальній адаптації до цих змін. Для виробників пивної індустрії аналіз ринку є одним з основних інструментів для ефективного планування господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні питання дослідження українського ринку пива висвітлені провідними українськими науковцями: А. Абраменковою, П.В. Єрмоляєвим, О.М. Петухоною, Т.М. Ратошнюком та ін. У роботі використані дані щодо обсягів виробництва, імпорту, експорту пива та споживчих переваг, отримані в результаті маркетингових досліджень агенцій Nielsen Company, InMind, TNS, публікації Державної Служби Статистики України та галузевої компанії з виробництва пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод ПрАТ «Укрпиво». Аналітичні дослідження зазначених експертів ринку дають змогу правильно оцінити стан галузі, вивчити її проблеми та знайти способи покращення ситуації.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у виявленні основних причин, які визначають негативні тенденції на ринку пива України, і

напрямів поліпшення економічного стану пивоварних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пивобезалкогольна галузь є досить потужним складником харчової промисловості України. Вона є однією з найбільш рентабельних галузей в національному господарстві України і представлена виробництвом пива, безалкогольної продукції та мінеральної води. Аналіз безпосередньо пивного ринку України за останнє десятиліття показує тенденцію як до незначного зростання та стабільності, так і, в подальшому, до різкого та значного спаду. Дані рис. 1 показують, що динаміка виробництва пива на території України за період 2007–2008 рр. характеризувалася зростанням показника з темпом приросту 1,52%. За останні 10 років показники виробництва пива у 2008 році були найвищими.

У період з 2009 до 2016 р. відбулося значне скорочення виробництва продукції на українському ринку пива. Лише у 2010 році спостерігалось незначне підвищення обсягів реалізації порівняно з 2009 роком на 3,3%. Однак уже починаючи з 2011 р. ця тенденція різко змінилася, і з кожним подальшим роком обсяги виробництва пива скорочувалися. Після 2013 р. цей показник настільки впав, що темпи його приросту порівняно з 2012 р. зменшилися на 11,92%, а у 2014 році порівняно з 2013 р. – на рекордні за цей період 19,49%. Лише у 2016 р. порівняно з 2015 р. темп приросту мав тенденцію до зростання майже на 12%, що свідчить про відносну стабілізацію.

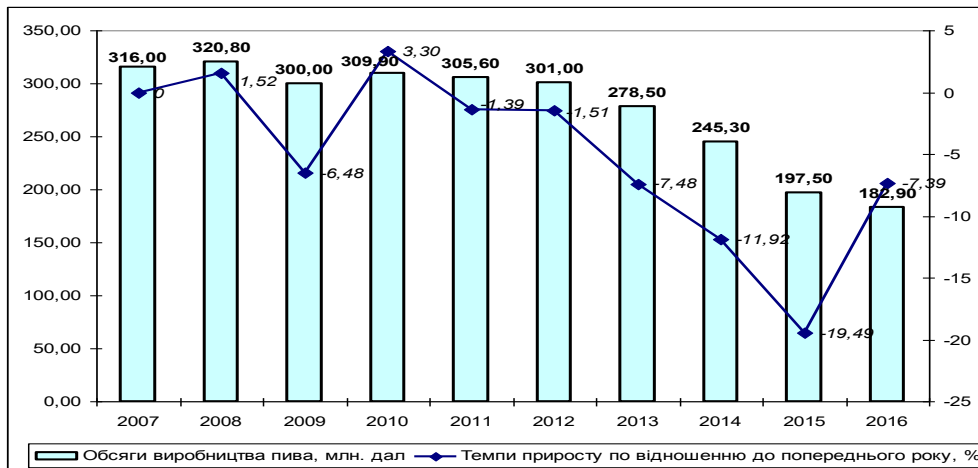


Рис. 1. Динаміка виробництва пива в Україні за 2007–2016 рр. [1, 2]

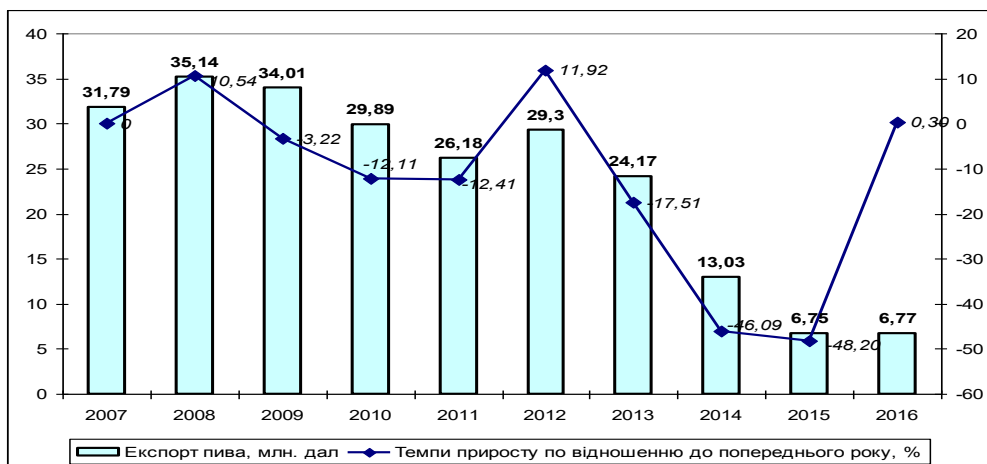


Рис. 2. Динаміка експорту пива за 2007–2016 рр. [4]

Розглянемо динаміку експорту пива за межі України у період 2007–2016 рр. у натуральних одиницях (рис. 2). Відповідно до проведеного дослідження можна дійти висновку, що експорт пива станом на 2007–2008 рр. продемонстрував тенденцію до зростання на 10,54%, тобто до 35,14 млн. дал. У 2009–2011 рр. відбулося суттєве скорочення обсягів експортованого пива. З липня 2009 р. здійснено двократне підвищення акцизу на пиво, в результаті чого експорт пива скоротився на 3,22% порівняно з 2008 р. (до 34,01 млн. дал.). У 2010 та 2011 рр., проти попередніх років, цей показник зменшився на 12,11% та 12,41% відповідно [3].

Найбільш вдалим щодо рівня експортованого пива став 2012 рік, оскільки він мав найвищий приріст, що становив 11,92%. Станом на 2013–2015 рр. спостерігалася тенденція лише до значного спаду обсягів експорту пива за кордон. Таким чином, у 2013 р. експорт скоротився на 17,51% проти вдалого 2012 року. У 2014 та 2015 рр. були найнижчі показники приросту за розглянуті роки: –46,09% та рекордні –48,20% відповідно. Причини критич-

ної ситуації – винятково політичні. Пов'язано це з тим, що з серпня 2014 р. фактично припинилися поставки пива до Росії, яка була основним покупцем українського пива. Скоротився експорт і до двом іншим найбільшим покупцям – Молдові та Білорусі. Частково компенсувати негативну динаміку вдалося за рахунок помітного збільшення експорту до Польщі. При цьому також відбувалися поставки до інших країн СНД, Європи, Америки [5]. Покращилася ситуація лише у 2016 р.: за рахунок незначного збільшення обсягів реалізації за кордон вдалося стабілізувати експорт на ринку пива.

Основними зовнішніми ринками збуту українського пива залишаються Молдова (36%) та Білорусь (31%). У 2016 році збільшилися обсяги поставок пива до Литви (12%). А Польща, навпаки, істотно знизила споживання української продукції, зменшивши свою частку в експорті з 14% до 2%. Найбільшими у 2016 р. були ринки Молдови, Білорусі, Литви та Грузії [6].

Маркетингові дослідження компанії Alliance Capital Management показали, що найбільшим експортером пива у 2016 році став український

виробник пива ПрАТ «Оболонь». На другому місці знаходиться ПБК «Славутич» (Carlsberg Ukraine). ПБК «Славутич» порівняно з першим півріччям втратив 11% в загальному експорті пива. На третьому місці розташувався український підрозділ пивоварного концерну Anheuser-Busch InBev – ПАТ «САН ІнБев Україна».

Аналіз динаміки імпорту пива до України за останні десять років показав, що у 2008 р. обсяг імпортованого в Україну пива порівняно з 2007 р. зріс на 3,8% і становив 1,91 млн. дал. (рис. 3). У 2009 році відбувся значний спад на 24,08%. У 2010 році обсяги імпорту перевищили показники 2009 року на 63,45%. У наступні роки, аж до 2013 р., позитивна тенденція збереглася.

Із загостренням економічної ситуації в країні та світі з 2014 року відбулося незначне зменшення обсягів ввезеного до України пива, а у 2015 році його обсяг зменшився майже наполовину. І до кінця 2016 року обсяги імпортованого пива показували тенденцію до зниження.

До 2014 р. більше половини ринку імпортного пива в Україні належала Росії. Інша частина практично була рівномірно розподілена між Бельгією, Німеччиною, Молдовою, Чехією, Швейцарією, Мексикою, Великобританією, Данією, Ірландією, Литвою та іншими країнами. І хоч де-юре Росія свої поставки в Україну припинила, де-факто в 2015 р. її частка серед імпортного пива все ж була зафіксована і становила 15%. Встановлено, що РФ постачає пиво в «сіру зону». Понад 60% всього пива, що Росія експортує за кордон, потрапляє в Україну. Хоча на початку 2016 р. в силу вступила заборона на ввезення товарів з РФ, це не завадило імпортувати пиво з півночі [7].

За останніми даними Державної фіскальної служби України, до трійки найбільших імпортерів пива входять Бельгія (49,17%), Мексика (20,41%) і Німеччина (12,37%). Вони постачають сукупно 82% ринку імпортного пива. Порівняно з 2015 р. у 2016 р. питома вага цих країн в постачанні пива

в Україну збільшилася на 16% за рахунок зменшення частки інших країн. Частка імпорту пива в Україну, яка припадала на інші країни, порівняно з 2015 роком у цьому році зменшилася майже вдвічі: з 34,4% до 18,05% [8].

Проаналізуємо динаміку торгового балансу пива України за 2007–2016 рр., дані подано на рис. 4. Відповідно до цього рисунку можна дійти висновку, що торговий баланс ринку пива України за досліджувані роки показав протягом 2007–2012 рр. відносну стабільність ситуації з незначними коливаннями «вгору – вниз» за обсягами виробництва.

Суттєве скорочення торгового балансу ринку пива України відбулося у 2013–2014 рр. (на 6,05% та 8,63% відповідно). Найбільшого пікового спаду він зазнав у 2015 р. Торговий баланс у 2016 р. також мав тенденцію до зменшення, але меншими темпами, ніж у 2015 р.

Дослідження показало, що, незважаючи на негативні тенденції у показниках розвитку ринку пива, це потужний складник харчової промисловості країни, який має перспективи подальшого розвитку. За даними брендингового агентства KOLORO, сьогодні Україна випускає 20 ліцензійних брендів пива, близько 400 сортів пива й експортує хмільний напій до 42 країн світу [7].

Проаналізувавши ринок пива України, можна виділити такі тенденції на макро- та мікрорівні. До чинників макросередовища, що вплинули на стан галузі, належать:

1. Економічні, а саме:

Економічна криза. Суттєвою причиною обвалу ринку пива на початку 2015 року стала девальвація гривні та удар інфляції і, як наслідок, зниження платоспроможного попиту. У результаті українці стали відмовлятися від пива як продукту, який не є продуктом першої необхідності, і частіше виключали його зі свого повсякденного купівельного кошика [5]. Проте слідом за обвалом української пивоварної галузі спостерігалось уповільнення

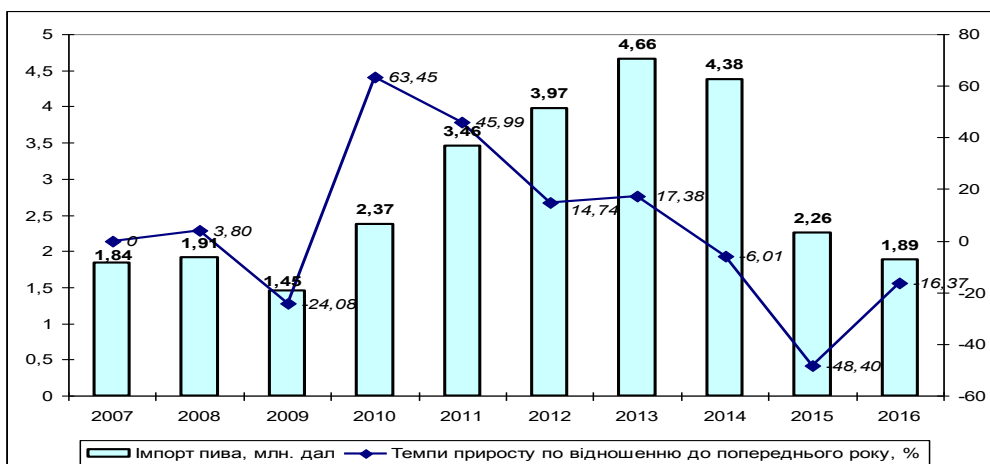


Рис. 3. Динаміка імпорту пива за 2007–2016 рр. [4]

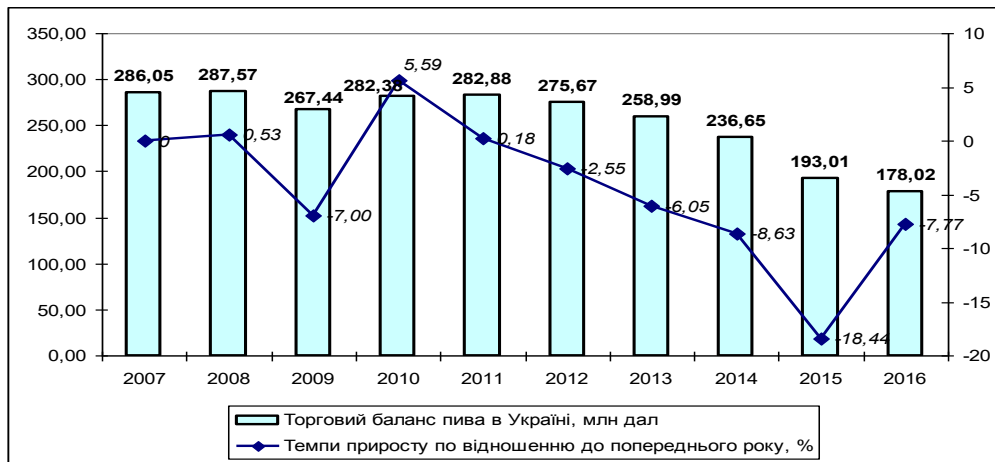


Рис. 4. Динаміка товарного балансу ринку пива за 2007–2016 рр.

негативної динаміки, яку, на наш погляд, можна назвати переходом до стабілізації.

Жорстка фіскальна політика держави. Підвищення ставки акцизу у 2014 р. на 42,5%, а у 2016 р. – на 100% посилює стагнацію пивної галузі та завадило стабілізації ринку. Окрім цього, стягується акцизний збір у розмірі 5% з реалізації пива у роздрібних торгових мережах. Такі дії створюють ризики для ефективної роботи підприємств галузі [9].

Експортні «війни» з боку Росії та Білорусі. У 2013 році мала місце торговельна «експортна блокада» низки українських товарів, зокрема, пива, з боку РФ. У 2010 і 2014 роках білоруський уряд здійснив ліцензування поставок пива з України. В результаті цих дій компанії вимушено скоротили свою присутність на білоруському ринку, зазнавши економічних втрат [10].

2. Політичні, а саме:

Нестабільність політичної ситуації в країні. Анексія Кримського півострова Росією у 2014 р. призвела до втрати традиційних ринків збуту. В середньому Крим забезпечував 6–7% річного обсягу реалізації продукції українських пивоварів, а влітку, у розпал курортного сезону, – до 8% [9].

Ескалація конфлікту на сході України стала причиною падіння виробництва національної промисловості. Більшість вітчизняних виробників вимушені були призупинити випуск продукції у зоні конфлікту, а дистриб'ютори відмовилися від постачання продукції у частину населених пунктів Донецької та Луганської областей [10].

Необдумані законодавчі ініціативи. На ринок пива великий вплив мало у 2015 р. рішення депутатів, що прирівняло пиво до алкогольних напоїв. Це дуже ускладнило життя пивоварним компаніям, адже процес виробництва пива і горілки істотно відрізняється. Особливо постраждали невеликі підприємства, яких зобов'язали купу-

вати ліцензію на оптову діяльність за 500 тис. грн. Після масового несхвалення гравцями пивного ринку прийнятих податкових змін були розроблені законопроекти, які усунули всі недоліки, в тому числі знижували вартість ліцензії для міні-пивоварень [11].

Регуляторні ініціативи місцевих рад. Прийняття актів про заборону продажу пива у вечірній і нічний час, в результаті яких ринок пива скоротився.

3. Природні, а саме:

Використання закордонної сировини. Неможливість вирощування окремих видів сировини для виробництва темних сортів пива, а отже, необхідність їх закупки, приводить у період валютних коливань до росту цін як на імпортовані складники технологічного процесу, так і на продукцію.

4. Культурні, а саме:

Підвищення культури споживання алкоголю. Протягом останніх 10 років поступово змінилася культура споживання алкоголю в Україні. Так, українці почали віддавати перевагу пиву (частка в загальному обсязі споживання алкоголю збільшилася на 25%) та менше споживати горілки (частка знизилася на 18%) [12].

До чинників мікросередовища, що здійснюють вплив на діяльність підприємств галузі, належать:

5. Конкуренти, а саме:

Зберігається жорстка конкуренція з виробниками сильного алкоголю як у сфері лобіювання своїх інтересів на законодавчому рівні, так і в інформаційному просторі [9].

Основна конкурентна боротьба ведеться між компаніями-гігантами ПАТ «САН ІнБев Україна» (AB InBev), ПАТ «Карлсберг Україна» (Carlsberg Ukraine) та ПрАТ «Оболонь», з якими останні роки вдало конкурують альянс Efes і SABMiller та альянс ППБ і Oasis CIS. Непогано виглядають продажі безлічі середніх регіональних підприємств, а 16-кратне зниження розміру ліцензії на оптову торгівлю для малих пивоварів відкриває для них

перспективи швидкого зростання [13]. Аналіз конкурентного стану галузі свідчить, що ринок пива є висококонсолідованим. Структура ринку олігополітична з низьким вмістом невеликих виробників.

Крафтове пивоваріння. Модною тенденцією останніх років стало крафтове пивоваріння, яке в результаті наближеності до споживача дає змогу швидше виявити та задовольнити його потреби. Саме це дало можливість невеличкій компанії ППБ за підтримки Oasis CIS ввійти у п'ятірку, потіснивши гігантів ринку, двоє з яких є світовими лідерами пивоваріння.

6. Споживачі, а саме:

Відбувається поляризація споживчих переваг: спостерігається зменшення споживання пива в середньоціновому сегменті, при цьому у компаній, орієнтованих на нього (AB InBev і ПАТ «Оболонь»), ринкова частка скоротилася. Водночас у преміальному й економсегменті відбулося зростання продажів (Carlsberg Group та альянс Efes і SABMiller).

Переорієнтація на Покоління Міленіалів. Дослідження показали, що 60,8% населення України вживають пиво, з них 76% припадає на чоловіків і 24% – на жінок. Відповідно до вікової категорії покупців спостерігається така тенденція: 71% всього споживаного в Україні пива припадає на споживачів у віці від 21 до 29 років, так зване Покоління Y (Міленіали). Вони через свій світогляд схильні до здорового способу життя, тобто споживання продукції з низьким вмістом алкоголю, екологічно чистої продукції, а також використання не шкідливої для довкілля упаковки. Міленіали за своєю суттю – максималісти, вони схильні до купівлі якісних брендированих товарів, іноді навіть готові заплатити більше задля отримання речі лімітованої колекції. Велика частина споживачів віддає перевагу вживанню пива вдома (53,2%) або ж у громадських закладах – кафе, ресторанах, пабах тощо (18,3%). Місце споживання пива залежить від сезону і погоди. Влітку зростає, в середньому до 10%, споживання пива на вулиці, в закладах із літніми терасами або на природі [12]. Основним споживачем пива в Україні є сегмент населення з рівнем доходу високим і вище середнього, жителі міст.

Проведений аналіз дав змогу визначити основні напрями розвитку пивоварних підприємств у сучасних умовах.

До впливу макрочинників, які належать до неконтрольованих, підприємство може підлаштуватися. Наприклад, підприємству необхідно вміти для нівелювання чинників:

- економічного характеру – жорстко контролювати витрати, мати альтернативні неодноректорні ринки збуту;

- політичного характеру – лобювати власні інтереси на законодавчому та місцевому рівні;

- природного характеру – під час виробництва сортів пива, що потребують використання закордонної сировини, укладати договори виробничого франчайзингу;

- культурного характеру – пропагувати підвищення культури споживання пива.

На чинники мікросередовища підприємства хоч і слабо, але можуть впливати. Останні роки в Україні, як і в світі загалом, відбувається зниження частки великих гравців пивного ринку і зростання обсягів крафтових виробників. Використання зазначеної технології дає підприємству змогу бути у тренді.

Дослідження показали, що найбільшу увагу підприємства у своїй діяльності мають звернути на споживача. Оскільки відбувається:

- поляризація споживчих переваг, то підприємствам варто мати у господарському портфелі пиво преміального і економ-сегменту;

- переорієнтація на Покоління Міленіалів, то необхідно мати у асортиментних лінійках високоякісну брендировану продукцію, що відповідає принципам здорового способу життя та екологічності.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз стану пивного ринку України показав, що динаміка виробництва пива на території України за період 2007–2008 рр. характеризувалася тенденцією до зростання. За розглянуті роки показники 2008 р. були найвищими. А починаючи з 2009 року і аж до 2016-го відбулося значне скорочення виробництва продукції на українському ринку пива. Темпи зменшення обсягів виробництва, експорту, імпорту та торгового балансу у 2016 р. мали менші показники, ніж у попередні роки, що визначає тенденцію до стабілізації ситуації в галузі.

Проведений аналіз ринку пива в Україні виявив тенденції на макро- та мікрорівні, що вплинули на стан підприємств галузі, та дав змогу визначити основні напрями розвитку пивоварних підприємств у сучасних умовах.

До чинників макросередовища належать економічні (криза, фіскальна політика держави, експортні «війни»), політичні (нестабільність політичної ситуації, необдумані законодавчі ініціативи, регуляторні рішення місцевих рад), природні (використання закордонної сировини), культурні (підвищення культури споживання пива). Для успішної роботи на ринку підприємству необхідно вміти нівелювати чинники економічного характеру – контролем витрат, наявністю альтернативних ринків збуту, політичного характеру – лобюванням власних інтересів на законодавчому та місцевому рівні, природного характеру – застосуванням договорів виробничого франчайзингу, культурного характеру – пропагуванням високої культури споживання пива.

Серед чинників мікросередовища підприємству варто звернути увагу на конкурентів (конкурентів

ція з виробниками сильного алкоголю, існування олігополії ринку пива, застосування крафтового пивоваріння) і споживачів (поляризація споживчих переваг та переорієнтація на Покоління Міленіалів). Останні роки в Україні, як і у світі, відбувається зниження частки великих гравців пивного ринку і зростання обсягів крафтових виробників. Ця технологія дає змогу швидше виявити та задовольнити потреби споживача. До основних тенденцій у зміні потреб споживачів належать поляризація споживчих переваг із виділенням у портфелі продукції преміального й економ-сегменту, а також переорієнтація на високоякісну брендову продукцію, що відповідає принципам здорового способу життя та екологічності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Держстат України. Комплексні статистичні публікації. Статистичний збірник «Україна у цифрах». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_ukr_zb.htm
2. Офіційна сторінка української галузевої компанії по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод ПрАТ «Укрпиво». URL: <http://ukrpivo.com/pro-kompaniyu/>
3. УНІАН. Інформаційне агентство. URL: <https://www.unian.ua/consumers/315510-ukrajinskiy-rinok-piva-skorotivsya-na-74.html>
4. Ukrstat.org – публікація документів Державної Служби Статистики України. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2016/zd/e_iovt/arh_iovt2016.htm
5. Пивное дело. Международный аналитический журнал. «Рынок пива Украины 2015», № 4. URL: <http://www.pivnoe-delo.info/2016/01/18/rynok-piva-ukrainy-2015-4-2015/>
6. WikiLex. Деловые новости в доступной форме. Украинский экспорт пива – названы крупнейшие рынки сбыта. URL: <http://news.wikilex.com.ua/2016/08/08/ukrainskij-eksport-piva-nazvany-krupnejshie-rynki-sbyta/>
7. Исследование украинского рынка пива: тенденции и прогноз // Брендинговое агентство KOLORO. URL: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/issledovanie-ukrainskogo-rynka-piva.html>
8. ЛІГАБізнесІнформ. Информационное агентство. В ГФС назвали крупнейших импортеров пива в Украину. URL: <http://biz.liga.net/ekonomika/prodovolstvie/novosti/3482988-v-gfs-nazvali-krupneyshikh-importerov-piva-v-ukrainu.htm>
9. Петухова О.М. Тенденції розвитку світового та українського пивного ринку [Електронний ресурс] / О.М. Петухова, Д. Е. Аманов // Ефективна економіка. 2015. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3716>
10. Звіт про сталий розвиток корпорації «Оболонь» 2014–2015 рр. / Студія корпоративних комунікацій / гол. ред. Оксана Пирожок. URL: <http://obolon-report.iv.ua/ua/economics/risks/>
11. РБК-Україна. Исследование рынков. Рынок пива Украины: обзор 2016 года / URL: <http://marketing.rbc.ua/news/16.11.2016/8505>
12. Федорчук А. Маркетинговое исследование рынка пива в Украине 2015 г. // Брендинговое агентство KOLORO. URL: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-rynka-piva-v-ukraine-2015-g.html>
13. Пивное дело. Международный аналитический журнал. Beer market of Ukraine: big three losing weight / Рынок пива Украины: большая тройка стала меньше. URL: <http://www.pivnoe-delo.info/2017/02/03/rynok-piva-ukrainy-bolshaya-trojka-stala-menshe/>

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

DETERMINATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE USE OF RESOURCE POTENTIAL ENTERPRISES

УДК 005.932

Семенова Т.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки
та підприємництва

Національна металургійна академія
України

Гуменюк Т.Є.

магістр

Національна металургійна академія
України

У статті висвітлено поняття ресурсного потенціалу. Проаналізовано основні методичні підходи щодо оцінки ресурсного потенціалу підприємства. Удосконалено методику визначення ресурсного потенціалу. Виконано розрахунки ресурсного потенціалу конкретного підприємства.

Ключові слова: ресурсний потенціал, ресурси, методи оцінки, графоаналітичний метод, багатокутник потенціалу.

В статье отражено понятие ресурсного потенциала. Проанализированы основные методические подходы к оценке ресурсного потенциала предприятия. Усовершенствована методика определения ресурсного потенциала. Выполнены расчеты ресурс-

ного потенциала конкретного предприятия.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, ресурсы, методы оценки, графоаналитический метод, многоугольник потенциала.

The notion of resource potential of the article is enlarged. The main methodological approaches are analyzed to the assessment of the resource potential of the enterprise. The methodology for determining the resource potential has been improved. Calculations of the resource potential of a particular enterprise were carried out.

Key words: resource potential, resources, methods of estimation, graph-analytical method, polygon potential.

Постановка проблеми. Потенціал підприємства як об'єкт вивчення є новим поняттям, тому на тепер немає загальноприйнятого його визначення. У загальному сенсі потенціал підприємства можна визначити як сукупність його ресурсів та компетенцій, які можуть бути використані для досягнення цілей підприємства [1]. Потенціал підприємства – це складна, динамічна система, яка має свої закономірності розвитку, від уміння використати яких вирішальною мірою залежить ефективність економіки, темпи та якість її зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми досліджень щодо визначення ресурсного потенціалу висвітлили у своїх наукових працях вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: С.А. Броненкова, О.І. Анчішкін, О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, Н.С. Краснокутська, М.А. Комаров, Л.І. Абалкін, Т.В. Шталь, Н.М. Міщенко, О.С. Максимова, І.М. М'ягих та ін.

Є значна кількість різних визначень і трактувань понять «потенціал», «ресурси», «ресурсний потенціал», а також методичних підходів щодо визначення категорії ресурсного потенціалу в дослідженнях вітчизняних і закордонних учених економістів.

Узагальнення теоретичних поглядів учених дають змогу констатувати, що в економічній літературі є різні позиції до змісту категорії «ресурсний потенціал». При цьому одні вважають, що ця категорія являє собою конгломерат ресурсів, без обліку їхньої якісної сторони. Інші думають, що ресурсний потенціал являє собою матеріальну основу виробництва, але в статичності, тобто до моменту їхнього залучення у виробничий процес. Треті – не враховують цільового призначення ресурсного потенціалу.

За глибиною дослідження виділяють експрес-оцінку та фундаментальну оцінку, за цілями та напрямками дослідження – оцінку стану та розвитку, оцінку потреби та рівня, оцінку сукупної вартості. За елементами потенціалу – основні засоби, товарні ресурси, трудові ресурси, капітал. З урахуванням фактору часу оцінка може бути на дату та за період, поточна та майбутня оцінка, статична, порівняльної статистики, динамічна. За ступенем узагальнення результативних показників методи оцінки підрозділяють на одиничні, індивідуальні та комплексні (інтегральні).

Зазвичай усю різноманітність складників ресурсного потенціалу у процесі аналізу зводять до одного виміру на основі бальної оцінки, але це теж має свої недоліки. Для рішення конкретних виробничих завдань підприємства потенціал, розрахований на основі бальної оцінки, дає недостатньо високу точність розрахунку і може слугувати лише для кількісного порівняння окремих елементів кількох схожих об'єктів або аналогічних об'єктів з урахуванням відмінностей умов їхнього функціонування. До вказаних труднощів додається те, що розглядаються перелічені вище окремі види потенціалу тоді, коли ще не визначено економічної сутності самої категорії «ресурсний потенціал».

Постановка завдання. Обґрунтування сутності ресурсного потенціалу та розроблення ефективної методики щодо оцінки ресурсного потенціалу на прикладі конкретного підприємства.

Викладення основного матеріалу дослідження. Будь-яке виробництво матеріальних благ або послуг потребує ресурсів, як матеріальних, так і людських. До матеріальних належать сировина, енергоносії, споруди, устаткування тощо. До людських ресурсів належать працівники з певними професійними навичками і знаннями. Вони є дже-

релами ресурсів праці або трудового потенціалу. У такому розумінні людські ресурси є чинником економічного розвитку, як і матеріальні ресурси.

Таким чином, ресурсний потенціал підприємства можна визначити як сукупність таких складників, як капітальні ресурси (основні засоби), сировинні ресурси, інтелектуальні ресурси (ліцензії, патенти, гудвіл та інше), трудові ресурси [2].

Перші три складники відносять до об'єктних, трудовий потенціал – до суб'єктних складників потенціалу підприємства.

Потенціал капітальних ресурсів – наявні та приховані можливості основних засобів, які формують техніко-технологічний базис виробничої потужності підприємства.

Потенціал оборотних ресурсів – це частина виробничого капіталу підприємства у вигляді певної сукупності предметів праці, які перебувають у виробничих запасах, незавершеному виробництві, напівфабрикатах власного виготовлення і витратах майбутніх періодів.

Потенціал інтелектуальних ресурсів – сукупність можливостей підприємства використовувати права на нові чи наявні продукти інтелектуальної праці в господарському процесі.

Трудовий потенціал – це інтегральна оцінка кількісних і якісних характеристик економічно активного населення, сукупність працездатного населення з урахуванням інтелектуального розвитку, знань, умінь, досвіду, духовних цінностей, звичаїв, традицій, переконань [3].

Ресурсний потенціал підприємства являє собою сукупність усіх ресурсів підприємства, які забезпечують можливість отримання максимального економічного ефекту в заданий момент часу.

Потенціал підприємства як економічну систему можна розглядати з різних поглядів, ґрунтуючись на ресурсній концепції (як сукупність ресурсів та зв'язків між ними), функціональній (як сукупність функцій, які забезпечують реалізацію здібностей і можливостей), ресурсно-цільовій (як сукупність ресурсів та здібностей щодо досягнення певних результатів, цілей) та інших концепціях [1, 4].

Ресурсний потенціал, на нашу думку, є головним складником економічного потенціалу підприємства, являє собою систему різних видів ресурсів. При цьому він визначається не просто кількістю і якістю ресурсів, які є в розпорядженні підприємств у цей момент, а й їх оптимальним співвідношенням, величиною, складом і відповідністю потребам вирішуваних завдань.

Крім того, за з'єднання складників ресурсного потенціалу має місце синергічний ефект, тобто зростання ефективності діяльності за рахунок так званого системного ефекту – емерджентності. Синергічний ефект посилюється за рахунок поєднання у складі ресурсного потенціалу об'єктивних та суб'єктивних складників.

В останні роки поширюється наукова думка щодо розгляду ресурсного потенціалу в аспекті його модернізації, трансформації та, таким чином, у довгостроковій перспективі. Стає все важче утримувати конкурентну перевагу за рахунок однієї лише технології; підприємству потрібні додаткові активи (допоміжні технології), які дадуть змогу повніше скористатися перевагами інновацій. Але поліпшення будь-якої підсистеми підприємства на основі принципів збереження цілісності, адаптивності веде до змін в інших підсистемах. З цієї позиції кожна спроба розглядати будь-які процеси (економічні, технологічні, соціальні або психологічні) ізольовано, у відриві один від одного, приводить до помилок, збільшує ризик, веде до непередбачуваних наслідків.

Для оцінки ресурсного потенціалу нами пропонується графоаналітичний метод діагностики ресурсного потенціалу підприємства, тобто «Квадрат потенціалу» [5]. Такий метод дає можливість системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку та конкурентоспроможності і на підставі цього обґрунтувати та своєчасно реалізувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства.

У найзагальнішому вигляді графічна модель потенціалу, призначена для проведення діагностики можливостей підприємства, має форму сфери. Така форма репрезентує всі напрями діяльності підприємства і тим самим розкриває діалектику його потенціалу. Але на практиці важко користуватися сферичною формою для оцінки потенціалу підприємства. Тому на практиці доцільно користуватися формою кола чи іншої фігури.

Узагальнюючи наявний досвід у практиці діагностики, доходимо висновку, що діагностику потенціалу підприємства доцільно проводити методом порівняльної комплексної рейтингової оцінки за допомогою системи показників за функціональними блоками.

За першим блоком – «Виробництво, розподіл та збут продукції» – необхідно проаналізувати: обсяг, структуру та темпи виробництва, фонди виробництва, наявний парк обладнання і рівень його використання, місцезнаходження виробництва та наявність інфраструктури, екологію виробництва, стан продажу.

За другим блоком – «Організаційна структура та менеджмент» – розглядається: організація і система управління, кількісний і якісний склад робітників, рівень менеджменту, фірмова культура.

Третій блок – «Маркетинг» – передбачає дослідження: ринку, товару та каналів збуту, нововведень, комунікаційних зв'язків, інформації та реклами, маркетингових планів і програм.

І останній, четвертий блок – «Фінанси» – потребує аналізу фінансового стану підприємства за

допомогою коефіцієнтів рентабельності, ефективності, ділової активності, ринкової стійкості, ліквідності тощо.

В основу розрахунку кінцевої рейтингової оцінки покладається порівнювання підприємств за кожним показником з чотирьох названих функціональних блоків з умовним еталонним підприємством або з реальним підприємством, яке має найліпші результати на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу є не суб'єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, а найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі.

Викликає сумнів виділення саме цих чотирьох блоків (виробництво, розподіл та збут продукції, організаційна структура та менеджмент, маркетинг, фінанси) для складання графоаналітичної моделі ресурсного потенціалу. Наприклад, неясно, що мається на увазі під «розподілом продукції», організаційна структура не є видом діяльності, якщо виділяти фінанси, то слід виділити також окремо інвестиційну, інноваційну та інші види діяльності. Крім того, до елементів потенціалу підприємства можна віднести все, що пов'язане з функціонуванням і розвитком підприємства.

Ресурсний потенціал підприємства являє собою сукупність усіх ресурсів підприємства, які забезпечують можливість отримання максимального економічного ефекту в заданий момент часу. Ми вважаємо, що доцільно до складу ресурсного потенціалу підприємств віднести такі складники: виробничий потенціал, кадровий потенціал, фінансовий потенціал, управлінський потенціал, маркетинговий потенціал. Так, трудовий та фінансовий потенціал виділяють у складі ресурсного практично всі вчені, крім того, виділяють технічний, технологічний, а іноді замість них – виробничий потенціал [6–8]. На організаційний (або управлінський) потенціал у складі ресурсного звернули увагу практично всі автори у останні роки. Крім того, поширюється думка щодо включення у склад ресурсного потенціалу маркетингового потенціалу, що стає все більш актуальним у конкурентному середовищі [1].

У межах проведеного дослідження нами був виконаний аналіз ресурсного потенціалу підприємства ПАТ «Дніпропетровськгаз». Порівнювання показників ефективності використання ресурсного потенціалу ПАТ «Дніпроперовськгаз» здійснювалося за кожним показником із п'яти названих функціональних блоків з умовним гіпотетичним підприємством. Показники умовного підприємства розраховувалися, виходячи з найкращих із показників низки підприємств у нафтопереробній галузі (ПАТ «Київгаз», ПАТ «Харківгаз», ПАТ «Нікопольгаз», ПАТ «Одесагаз»).

Довжини векторів складників потенціалу ПАТ «Дніпропетровськгаз» та сукупний потенціал наведені в табл. 1.

Графічно ресурсний потенціал ПАТ «Дніпропетровськгаз» має вигляд багатокутника (рис. 1–3).



Рис. 1. Багатокутник потенціалу ПАТ «Дніпропетровськгаз» за 2014 рік

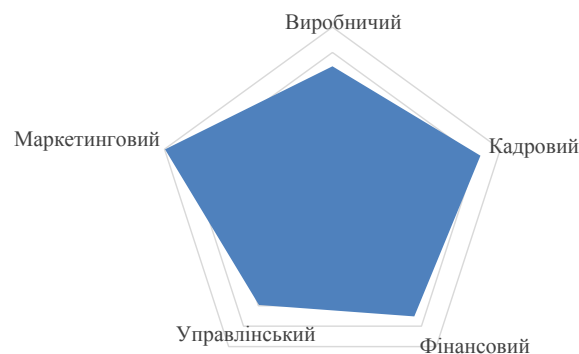


Рис. 2. Багатокутник потенціалу ПАТ «Дніпропетровськгаз» за 2015 рік

Таблиця 1

Вектори та сукупний потенціал ПАТ «Дніпропетровськгаз»

Складники ресурсного потенціалу – вектори	Довжина вектора, у.о.		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Виробничий потенціал	41,5	54,5	37,8
Кадровий потенціал	43,2	61,7	67,3
Фінансовий потенціал	41,6	55,2	29,7
Управлінський потенціал	49,5	49,6	51,4
Маркетинговий потенціал	49,6	69,8	52,6
Всього ресурсний потенціал, у. о.	5136,4	8703,6	4851,50

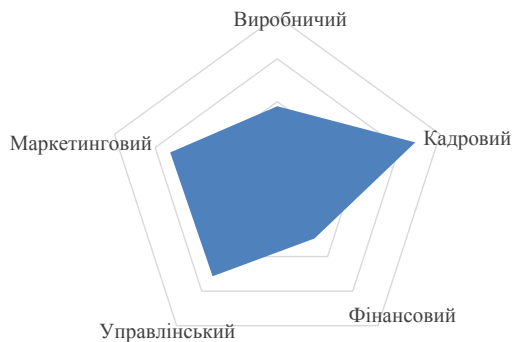


Рис. 3. Багатокутник потенціалу ПАТ «Дніпропетровськгаз» за 2016 рік

Отже, найбільший ресурсний потенціал підприємство мало у 2015 році. Форма багатокутника більш правильна також у 2015 році, що свідчить про відносно збалансований ресурсний потенціал. У 2014 році маркетинговий та управлінський потенціал найбільші, у 2016 році вищого рівня досягнув кадровий потенціал, найменше значення у фінансового потенціалу. Фінансовий та виробничий потенціал потребують здійснення заходів для підвищення їх ефективності.

Більшість довжин векторів знаходиться у межах 30–70 у.о., ресурсний потенціал ПАТ «Дніпропетровськгаз» загалом можна визначити як середній, але у 2015 році він наближувався до високого.

Одним із найвагоміших загальних законів організації є закон синергії, який стверджує, що для будь-якої системи (підприємства) є такий набір елементів, за якого її потенціал завжди буде або значно більшим, ніж проста сума потенціалів елементів, що до неї входять, або суттєво меншим.

Таким чином, для досягнення ефективності системою (підприємством) потрібно підвищити ефективність найбільш вагомого її складника.

Оцінка ресурсного потенціалу ПАТ «Дніпропетровськгаз» за графоаналітичним методом

виявила так звані «вузькі місця», підвищення ефективності яких потребує здійснення певних заходів.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонована методика оцінки ресурсного потенціалу може бути використана підприємствами з метою визначення напрямів діяльності, які потребують негайного здійснення заходів щодо їх поліпшення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. К.: КНЕУ, 2003. 316 с.
2. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: монография / Лапин Е.В. Сумы: Университетская книга, 2002. –310 с.
3. Богиня Д.П. Основи економіки праці : навч. посіб. / Д.П. Богиня, О.А. Грішнова. 3-тє вид. К.: Знання-Прес, 2002. 387 с.
4. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк. К.: Центр учбової літератури, 2009. 400 с.
5. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Репіна. // Вісник Української академії державного управління при Президентіві України. 1998. – № 2. С. 262–271.
6. Шталь Т.В. Комплексна оцінка ресурсного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.07.05 «економіка торгівлі та послуг» / Т.В. Шталь. Харків, 2006. 24 с.
7. Максимова О.С. Економічне обґрунтування ресурсного потенціалу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.04 «економіка та управління підприємствами» / О.С. Максимова. Кривий Ріг, 2008. 16 с.
8. М'ягих І.М. Оцінка використання ресурсного потенціалу підприємств України в ринкових умовах / І.М. М'ягих. // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2011. № 33. С.199–203.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

INTELLECTUAL CAPITAL IS AN IMPORTANT FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ECONOMY

У статті показаний досвід закордонних учених у питанні вивчення сутності і категорії «інтелектуальний капітал». Була розглянута значущість вкладу ІК в економічний ріст і нарощування його обсягів у зв'язку з інтелектуалізацією праці і переходом сучасної економіки на інноваційний шлях розвитку. У процесі аналізу факторів накопичення інтелектуального капіталу виявлено низку проблем в управлінні і використанні цієї категорії. Зроблена спроба підтвердити економічну цінність інтелектуального капіталу та допомогти у вирішенні пов'язаних із цим проблеми у таких галузях, як інновації, підприємництво, конкуренція й управління знаннями. Автором статті запропоновано структуру ІК як відносини інформаційного капіталу і капіталу менеджменту в межах сукупності трьох компонентів: людського, організаційного та капіталу відносин. Розглянуто процес руху знання як елемента інформаційного капіталу, його трансформація в інформацію за допомогою впливу системи управління знаннями як елемента капіталу менеджменту.

Ключові слова: інноваційний розвиток, інтелектуальний капітал, інформаційний капітал, капітал менеджменту, знання.

В статье показан опыт зарубежных ученых в вопросе изучения сущности и категории «интеллектуальный капитал». Были рассмотрены значимость вклада ИК в экономический рост и наращивание его объемов в связи с интеллектуализацией труда и переходом современной экономики на инновационный путь развития. В ходе анализа факторов накопления интеллектуального капитала выявлен ряд проблем в управлении и использовании этой категории. Сделана попытка подтвердить экономическую ценность интеллектуального капитала и помочь найти решение связанных с этим проблем в таких областях, как иннова-

ции, предпринимательство, конкуренция и управление знаниями. Автором статьи предложено структуру ИК как отношения информационного капитала и капитала менеджмента в рамках совокупности трех компонентов: человеческого, организационного и капитала отношений. Рассмотрен процесс движения знания как элемента информационного капитала, его трансформация в информацию с помощью влияния системы управления знаниями как элемента капитала менеджмента.

Ключевые слова: инновационное развитие, интеллектуальный капитал, информационный капитал, капитал менеджмента, знания.

The article shows the experience of foreign scientists in studying the essence and category of "intellectual capital". The importance of the IR contribution to economic growth and the increase in its volume in connection with the intellectualization of labor and the transition of the modern economy to an innovative development path were considered. During the analysis of intellectual capital accumulation factors, a number of problems in the management and use of this category have been revealed. An attempt has been made to confirm the economic value of intellectual capital and help to find solutions to the related problems in such areas as innovation, entrepreneurship, competition and knowledge management. The author of the article proposed the structure of IR as the relationship of information capital and management capital within the totality of three components: human, organizational and capital relations. The process of knowledge movement as an element of information capital, its transformation into information through the influence of the knowledge management system as an element of the Management Capital is considered.

Key words: Innovative development, intellectual capital, information capital, management capital, knowledge.

УДК 657.1:075.8

Тадесв Ю.П.

к.е.н., доцент кафедри математичного моделювання економічних систем Національний технічний університет Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

Ковальчук М.М.

студент Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

Постановка проблеми. Сучасні спостереження, викладені в доповіді експертів Науково-консультативної ради при Генеральному секретареві ООН, говорять про необхідність сприяння науці, технологіям та інноваціям, здатним змінити ситуацію у вирішенні найбільш гострих глобальних проблем. Основою сучасної інноваційної економіки є наукомістке інноваційне виробництво високотехнологічної продукції із застосуванням інтелектуальної праці висококваліфікованих працівників відповідно до актуальних тенденцій попиту і розвитку ринку. Інноваційний розвиток та інформатизація сучасного суспільства, активізація процесів науково-технічного прогресу, інтелектуалізації праці мають наслідковий зв'язок із підвищенням ролі ринку інтелектуальної праці і збільшенням його масштабу. Дослідження щодо Євросоюзу і

США показують, що внесок, який роблять інвестиції підприємств у середнє зростання продуктивності праці, становить 20–34%. У результаті таких високих інвестицій має неодмінно зростати вимога до професійних і загальноосвітніх знань працівників, які є одним із структурних елементів інтелектуального капіталу. Одним із можливих рішень цього питання може бути створення компаній, що розробляють спільно з наукою та системою освіти інновації, за допомогою будівництва технопарків, центрів колективного користування науковим обладнанням, корпоративних навчальних центрів, бізнес-інкубаторів, центрів передачі технологій при дослідних інститутах, спеціальних торгових майданчиків для інноваційної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням і визначенням інтелектуального капі-

талу та його ролі у розвитку економіки займаються: О.Б. Казакова, С.В. Комаров, А.І. Мухаметшин, П. Страссман П. Проте питання сутності інтелектуального капіталу, а також визначення його ролі серед інших факторів розвитку економіки потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є визначення важливості інтелектуального капіталу у процесі розвитку країни чи організації.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, інноваційна економіка будується за допомогою створення нових ринків ідей, інтелектуальної власності, розробок, інноваційних продуктів, якими замінюються старі структури економіки, чому слід приділяти особливу увагу, для того щоб виявити зв'язок між нематеріальними активами і результатами виробництва, включити їх в оперативне і стратегічне управління підприємством.

Під час глобальної кризи у низці країн інвестиції підприємств в ІК суттєво перевищують інвестиції у фізичний капітал і при цьому відрізняються відносною стійкістю. Підприємства вкладають кошти в нематеріальні активи, такі як програмне забезпечення, проектування, патенти, нові організаційні процеси й інше. Так, за даними професора Колумбійського університету Ф. Лихтенберга, долар, витрачений на дослідження і розробки, приносить восьмикратний прибуток порівняно з долларом, вкладеним у техніку. Це пов'язано з тим, що інтелектуальний капітал стає одним з основних стимулів економічного та інноваційного розвитку підприємств в ринкових умовах господарювання.

Хотілося б відзначити, що країни, які більше інвестують в ІК, більш ефективно перерозподіляють ресурси на користь інноваційних підприємств. Так, на думку низки дослідників (Д. Белл, Е. Тоффлер, Ф. Фукуяма, Дж. Нейсбітт та ін.), більшості сучасних розвинених країн саме інноваційна економіка інтелектуального капіталу, інформації та знань дає змогу забезпечити світову економічну перевагу країни. За останніми даними, всього лише дванадцять країн (Німеччина, Австрія, Південна Корея, Данія, США, Японія, Фінляндія, Ізраїль, Катар, Сінгапур, Швеція, Швейцарія) виділяють трохи більше 2,5% свого внутрішнього валового продукту (ВВП) на інноваційні дослідження і розробки. При цьому якщо судити за часткою ВВП, то США і Швеція інвестують приблизно в два рази більше в ІК, ніж Італія та Іспанія, а підприємства, які патентують свої винаходи в США і Швеції, залучають в чотири рази більше капіталовкладень, ніж аналогічні фірми в Італії й Іспанії. Активний розвиток інноваційної діяльності та загострення конкуренції в бізнес-середовищі вказує на важливість дослідження й економічного виміру інтелектуального капіталу. Однак виміряти інтелектуальний капітал вкрай важко у зв'язку зі складністю оцінки якості нематеріальних активів за відсутності єди-

ного уточненого стандарту. Сукупність об'єктів, що включаються до складу ІК, називають активами, так само, як у структурі матеріальних і фінансових ресурсів в бухгалтерському балансі. Водночас за терміном «актив» закріплені певні економічні та правові атрибути, якими сьогодні не володіє домінуючий ресурс ІК – знання. Зокрема, нобелівський лауреат П. Страссман вважає, що вартість знань компанії можна подати як різницю між її звітними фінансовими активами і реальною ринковою вартістю [Страссман, 1998, 15]. Традиційно підприємства здійснюють витрати у вигляді поточних витрат і капіталовкладень. Водночас організації виробляють довгострокові інвестиції в дослідно-конструкторські розробки, наукові дослідження і в підготовку кадрів, що теж є різновидом капіталовкладень і за правилами бухгалтерського обліку проходить по статті витрат, хоча об'єктивно відмінність між капіталовкладеннями і витратами не завжди легко визначити. З позицій бухгалтерського обліку ІК ототожнюється з поняттям нематеріальних активів підприємства, до яких відноситься вартість майнових прав, ліцензій, патентів, товарних знаків і торгових марок підприємства. Однак це розуміння ІК є неповним з огляду на те, що в теорії ІК обґрунтовує більш широке його тлумачення. ІК, включений в баланс, збільшує вартість нематеріальних активів підприємства та створює розбіжності між ринковою і балансовою вартістю підприємства. Наслідком такої розбіжності буде перевищення ринкової вартості балансової оцінки активів. Сьогодні є різні моделі і теорії інтелектуального капіталу, деякі з яких можуть бути унікальними і відображати специфіку окремих компаній. Світовий досвід дає змогу визначити лише загальні підходи і загальну блок-структуру інтелектуального капіталу. Зараз практично всі дослідники використовують структуру, яка запропонована Т. Стюартом. У ній виділяються три основних блоки, що становлять ІК. Перший блок – людський капітал, другий блок – структурний капітал, третій блок – клієнтський (споживчий) капітал. Але взаємини між елементами цих блоків поки що детально не розроблені. Приблизно таку ж блок-структуру пропонує експертна група РІКАРДІС (RICARDIS), виділяючи в ІК три блоки: перший блок – людський капітал; другий блок – організаційний капітал; третій блок – капіталу відносин (зв'язку з клієнтами).

Сформована структура ІК, що складається з трьох основних блоків, постійно доповнюється новими підходами і спробами більш точно врахувати її нематеріальні фактори. Значущість інформації в сучасному світі і розуміння ІК як динамічної структури дають змогу запропонувати новий погляд на блок-структуру ІК, в основі якої відображені, на наш погляд, нові взаємини між інформаційним капіталом і капіталом менеджменту (рис. 2).

Розглянемо більш докладно запропоновану структуру ІК. Як видно зі схеми, інформаційний капітал, до якого відносяться об'єкти інтелектуальної власності, являє собою зовнішню і внутрішню інформацію, що має цінність для організації і забезпечує її конкурентоспроможність на ринку. Він включає не тільки власне знання персоналу, здібності, навички, досвід, інформаційні програми і системи, бази даних та права інтелектуальної власності, але і всі ресурси пов'язані з зовнішніми відносинами фірми: з клієнтами, постачальниками тощо.

Під час оцінки інформаційного капіталу необхідно враховувати конкурентоспроможність та інноваційність інформації, тому що вона має властивість втрачати актуальність, творчий і новаторський компоненти і швидко застарівати.

Однак оцінити реальну економічну вартість всіх компонентів інформаційного капіталу важко, тому що тільки до деяких, таких як бази даних, банк знань, програмне забезпечення та ін., можна застосувати витратний підхід, а до інших, таких як нематеріальні активи, – ні. Це пояснюється тим, що під час оцінки прибутковості інформаційного капіталу використовуються вкрай суб'єктивні методи: аналіз і знання галузі, прогнозування ринку, «рейтинг» незалежних консультантів і експертів, ідентифікація, вимір і оцінка не тільки діяльності своєї компанії, але і бізнесу конкурентів.

Другим важливим елементом, що становить ІК, є капітал менеджменту. Він являє собою ідеологічне управління окремими елементами інформаційного капіталу, виконує координуючу і сполучну функцію для отримання конкурентних переваг. Капітал менеджменту не має вартісної оцінки і не може бути поданий у вигляді конкретного фінансового активу.

У сучасній економіці, заснованій на інформації та знаннях, об'єктом досліджень є зв'язка елементів інформаційного капіталу, які являють собою не тільки самостійну цінність, але і залежно від рівня ефективності їх застосування породжують мультиплікативний ефект, що поширюється на інші фактори виробництва. Так, наприклад, за допомогою впливу елементів капіталу менеджменту деякі знання, які структурно стосуються людського капіталу, можуть бути трансформовані в інформацію. Слід зазначити, що елементи інформаційного капіталу найчастіше відповідають на питання «що», тоді як елементи капіталу менеджменту являють собою процеси або механізми і відповідають на питання «як», припускають дії над елементами інформаційного капіталу.

Співвідношення між знаннями та інформацією – одна з найбільш обговорюваних тем у межах менеджменту знань. Під знаннями Девенпорт і Прусак розуміють поєднання оформленого досвіду, цінностей, контекстної інформації і погля-

дів експерта, які дають схему для оцінки й об'єднання нового досвіду та інформації. Як правило, в організаціях вони часто потрапляють не тільки в документи або сховища, а й в організаційні процедури, процеси, практику і норми [Девенпорт, Прусак, 1998, 560].

Запропонована модель Ікуджіро Нонака у вигляді спіралі знань пояснює, як завдяки чотирьом процесам, таким як соціалізація, екстерналізація, комбінація й інтерналізація, взаємодіють в організації явні і неявні знання [Нонака, Такеучі, 2003, 320]. Так, наприклад, у процесі соціалізації можна спостерігати невербальну передачу прихованого знання від одного члена організації до іншого. Під час екстерналізації, на думку Ікуджіро Нонака, відбувається перетворення прихованого знання в явне за допомогою незвичайного використання мови, різних метафор і аналогій. У процесі комбінування можна спостерігати передачу явних, кодифікованих знань від однієї людини іншій через книги, газети, лекції та комп'ютерні технології. Під інтерналізацією розуміється перетворення явного знання в приховану форму, наприклад, за допомогою практичного виконання якоїсь діяльності.

Дослідники визначають систему управління знаннями як набір повторюваних на регулярній основі управлінських процедур, покликаних підвищити ефективність збору, зберігання, поширення і використання цінної інформації з погляду компанії. Б.З. Мільнер виділяє три основних компоненти, що входять до складу системи управління знань: людські, технологічні, організаційні [Мільнер, 2003, 176]. Однак, на наш погляд, словосполучення «управління знаннями» є спірним, тому що знаннями, враховуючи їх переважно неформалізовану природу, безпосередньо управляти не можна. На нашу думку, місія менеджменту знань повинна полягати в тому, щоб сприяти трансформації знань в інформацію, створенню нових знань, забезпеченню циклічності цього процесу.

Висновки з проведеного дослідження. Можливості управління і вимірювання інтелектуального капіталу, а також конвертація його в корисні товари та послуги стає критично важливою компетенцією в сучасному бізнесі. На наш погляд, ІК варто визначити як відношення інформаційного капіталу і капіталу менеджменту в межах сукупності трьох компонентів: людського, організаційного та капіталу відносин. Взаємини між капіталом менеджменту та інформаційним капіталом стимулюють економічне зростання, підвищують конкурентоспроможність суб'єктів ринку, при цьому не мають фактичного відображення в балансі підприємств і не піддаються обліку традиційними методами. Сьогодні ІК є найважливішим компонентом, здатним принести прибуток і користь його влас-

никові та підвищити інвестиційну привабливість. У зв'язку з цим для повноцінного вимірювання ІК необхідно розробити підходи і критерії до цього процесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Казакова О.Б. Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, структура / Экономика и управление: научно-практический журнал. 2014, № 5 (121), С. 68–72
2. Комаров С.В., Мухаметшин А.И. Понятие, структура и взаимодействие элементов интеллектуального капитала / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент, 2013, № 3 (Том 7), С. 93–100.
3. Кузьминых Н.А. Интенсивность и экстенсивность инновационного развития / Экономика и управление: научно-практический журнал, 2014, № 3, С. 51–56.
4. Страссман П. Как измерить знания? / Computerworld, 1998, № 15.

СТРУКТУРНА ПЕРЕБУДОВА УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ

INNOVATION-BASED STRUCTURAL ADJUSTMENT OF UKRAINE AND ITS FINANCING PROBLEMS

Надано підхід авторів щодо фінансового забезпечення інноваційної структурної перебудови економіки України. Зазначено, що кінцевою метою такої перебудови повинні стати зростання рівня життя людей, досягнення оптимальної збалансованості, здатності до зовнішньої експансії. Обґрунтовано, що у технологічному відношенні реформування в Україні необхідно розглядати як поєднання міжгалузевих мережевих взаємозв'язків напрямку збільшення частки виробництв V-VI технологічних укладів. Вказано, що фінансове забезпечення інноваційної структури економіки повинно базуватися на ефективному використанні ресурсів держави, підприємств, фінансових інституцій, іноземних інвесторів та домогосподарств. При цьому держава має створити сприятливі умови для інвестування ризикових процесів інноваційних структурних зрушень, концентрації ресурсів у «точках зростання»; створення економічного механізму стимулювання інноваційної активності підприємств; підвищення інноваційної мотивації бізнесу; забезпечення комерціалізації інноваційних досягнень; розвитку інноваційної інфраструктури; отримання прямих іноземних інвестицій та участі у міжнародній науково-виробничій кооперації.

Ключові слова: інновації, інвестиції, структурна перебудова, фінансування, технологічний уклад, економіка, світовий досвід, виробництво.

Дано подход авторов относительно финансового обеспечения инновационной структурной перестройки экономики Украины. Определено, что конечной целью такой перестройки должны стать повышение уровня жизни населения, достижение оптимальной сбалансированности, способности к внешней экспансии. Обосновано, что в технологическом отношении реформирование в Украине необходимо рассматривать как сочетание межотраслевых сетевых взаимосвязей в направлении увеличения части производств V-VI технологических укладов. Указано, что финансовое обеспечение инновационной структуры экономики должно базироваться на эффективном использовании ресурсов государства, предприятий, финансовых институций, иностранных инвесторов и домохозяйств. При этом государство должно создать благоприятные условия для инвестирования рискованных процессов инновационных структурных перемен, концентрации ресурсов в «точках роста»; создания условий для

экономического механизма стимулирования инновационной активности предприятий; повышения инновационной мотивации бизнеса; обеспечения коммерциализации инновационных достижений; развития инновационной инфраструктуры; получения прямых иностранных инвестиций та участия в международной научно-производственной кооперации.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, структурная перестройка, финансирование, технологический уклад, экономика, мировой опыт, производство.

Structural adjustment, based on the introduction of new technologies and innovations according to the V-VI technological modes, provides an increased world-wide competitiveness of developed countries and their further growth. Ukraine is still lagging behind these latest advances mainly due to the insufficient financial support of the above mentioned adjustment. The basis of financial support for structural shifts should be represented by creation of proper conditions for high technological modes, which will then become a solid foundation for the future development. The main goal of the research is to study the achievements and problems of innovative structural shifts in Ukraine under conditions of insufficient financing, to provide theoretical justifications and practical recommendations for overcoming the following obstacles. The article provides an authors' approach to the issue of financial support for the innovation-based structural adjustment of Ukrainian economy. It has been noted that the ultimate goal of such adjustment should be an increase of people's living standards, achievement of optimal balance, ability to external expansion. It has been substantiated that, in the technological aspect, reformation in Ukraine should be considered as a combination of cross-sectoral interconnections in the direction of increasing the production shares of V-VI technological modes. Effective solution of the issue of financial support for the result-oriented innovative structural shifts requires: concentration of resources at the "points of growth"; creation of an economic mechanism for the stimulation of entrepreneurial innovation activities; growth of innovative business motivation; provision of commercialization of innovative achievements; development of innovation infrastructure; obtain of direct foreign investments; participation in the international scientific and production cooperation.

Key words: innovations, investments, structural adjustment, financing, technological mode, economy, world experience, production.

УДК 330.341.4(477):330.341.1:336.143.232

Савченко В.Ф.

д.е.н., професор кафедри економічної теорії Чернігівський національний технологічний університет

Гоголь Т.А.

д.е.н., професор кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту Чернігівський національний технологічний університет

Постановка проблеми. Структурна перебудова на базі впровадження нових технологій та інновацій, що ґрунтуються на V-VI технологічних укладах, забезпечує підвищену конкурентоспроможність розвинених країн у світовому просторі і їх подальший розвиток. Україна у своєму поступі поки що відстає від новітніх досягнень, що у значній мірі обумовлено

недостатнім фінансовим забезпеченням зазначеного реформування. Основою фінансового забезпечення структурних зрушень повинно стати створення умов для високих технологічних укладів, що стануть міцним фундаментом подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суть та особливості фінансового забезпечення

інноваційного розвитку відображено в працях таких вчених як В. Александрова, Ю. Бажал, А. Бойко, А. Даніленко, В. Дрозд, М. Геєць, І. Гузенко, П. Саблук, М. Тарасюк та інші [11; 12; 15; 16; 21; 24].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми фінансування структурної перебудови в Україні на сучасному етапі та їх взаємозв'язок з інноваційністю економіки у комплексному вигляді, на наш погляд, ще недостатньо висвітлені у вітчизняній науковій літературі, що зумовлює необхідність подальших пошуків і напрацювань.

Мета статті. Головною метою дослідження є вивчення надбань і проблем інноваційних структурних зрушень в Україні в умовах недостатнього фінансування, надання теоретичних узагальнень і практичних рекомендацій щодо подолання зазначених перешкод.

Виклад основного матеріалу. Зростання потреб призводить до якісних змін у виробництві, які стають можливими завдяки науковим відкриттям та інноваціям прикладного характеру. Відбуваються періодичні коливання структури національної економіки через оновлення технологічного способу виробництва. Змінюється основний капітал, формується черговий технологічний уклад. Теорія «довгих хвиль» М. Кондратьєва, що показує залежність циклів економічного розвитку від науково-технічного прогресу з періодичністю 45-60 років, надає обґрунтування поступу технологічних укладів, структурної перебудови.

Розвинені країни світу активно впроваджують технології VI технологічного укладу. Водночас в Україні за обсягами продукції V і VI технологічні уклади становлять близько 4%, з них VI – менше 0,1%. Майже 60% обсягів виробництва припадає на III технологічний уклад – чорна металургія, оброблення металу, будівельні матеріали, деревообробна та целюлозно-паперова промисловість, легка промисловість. 36% припадає на IV уклад. Подібна тенденція проглядається і в майбутньому, оскільки 70% фінансування науково-технічних розробок надається напрямкам IV технологічного укладу і тільки 3% – V. Інновації, які визначають перспективу на найближчі 10-15 років, розподіляються таким чином: 75% – III технологічний уклад, 20% – IV, 5% – V.

На наше переконання, кінцевою метою структурної перебудови національної економіки мають стати зростання якості життя соціуму, досягнення динамічної збалансованості, здатності до зовнішньої експансії. При цьому у технологічному відношенні її слід розглядати як оптимізацію міжгалузевих мережевих пропорцій в напрямку збільшення частки високоєфективних наукоємних виробництв з переважанням VI, на першому етапі V технологічного укладу.

Важливим завданням структурної перебудови є формування стратегії розвитку та її реалізація. Потрібно від переважно покупця продуктів інтелектуальної діяльності перейти до виробника сучасних наукових розробок. Основою структурних зрушень повинно стати створення умов для новітніх технологій, які дозволять отримати високі прибутки та будуть важливим ресурсом для подальшого розвитку.

При цьому доцільно зазначити, що світовий досвід вказує на залежність результатів діяльності не тільки від фінансового та ресурсного забезпечення, наявності сучасних технологій, оптимального розміщення та кліматичних умов. Значна увага приділяється впровадженню кластерів, вільних економічних зон і територій пріоритетного розвитку, євро регіонів [1, с. 103-105].

Економіка, впроваджуючи новітні технологічні уклади, не може бути успішною якщо головним своїм завданням не вбачає зростання доходів населення і взагалі задоволення всебічних потреб людини. Гуманізація економіки, у свою чергу, пред'являє нові вимоги до структури господарського комплексу, його економічних інститутів. Збільшуються витрати на людський потенціал і соціальну інфраструктуру на рівні суб'єктів економічної діяльності, регіонів, всього соціуму. При цьому інвестиції у соціальну сферу і, насамперед, в людський капітал, зростають швидше, ніж капіталовкладення в матеріальні складові національної економіки [2, с. 27].

Разом з тим, у наші дні розвиток відтворювальних процесів відбувається в умовах глобальної фінансово-економічної кризи, яка набуває системного характеру і переважно розвивається вже не у виробничій, а у фінансово-банківській сфері. Особливість глобальної системної кризи полягає не стільки в її переході з кризи надвиробництва в кризу над споживання ресурсів, а, головним чином, у надлишках виробництва і надспоживанні віртуального капіталу спекулятивного характеру [3, с. 7].

Людство не може далі рухатись звичним шляхом екстенсивного розвитку, оскільки основні ресурси біосфери невпинно вичерпуються. Тому подальше зростання виробництва з ціллю отримання надприбутків та розширеного відтворення капіталу стає неможливим і перетворюється на загрозу розвитку [4].

Визначимо теоретичне підґрунтя впливу інновацій на структурні зміни та оновлення основного капіталу. Наукові школи і вчення по-різному характеризують ситуацію. Представники теорії нововведень в першу чергу М.Д. Кондратьєв, визначали вплив інноваційного розвитку на якісні параметри економіки, передусім на позитивні структурні зрушення та зростання ВВП [5; 6]. Прихильник інституціоналізму Д. Норт також зазначає, що взаємодія інституціональних структур і технологій

забезпечує ефективність ринків, зменшує витрати [7]. Водночас представники неокласичного підходу, визначаючи роль технічного прогресу, так і не з'ясували питання оновлення основного капіталу при відтворенні пропорцій суспільного виробництва [8], а теорія Й. Шумпетера взагалі розглядає інновації як фактор одночасно зростання і нестабільності економічної системи, її виходу з урівноваженого стану [9].

Грунтовно досліджуючи зазначені та деякі інші теорії, ми з'ясовуємо роль капіталу, його руху та призначення у інноваційному розвитку, а також ситуацію в Україні у даному питанні і вважаємо, що головним у фінансуванні інноваційної моделі структурної перебудови має стати співвідношення нагромадження та споживання на користь першого. Водночас, з огляду на соціальну напругу серед верств населення, перетворення потрібно здійснювати таким чином, щоб вони не призвели до погіршення рівня життя, зниження доходів, що можливо тільки за умов неухильного зростання щорічного ВВП на одну особу, підвищення інноваційності у промисловості та інших галузях і видах національної економіки [10, с. 23].

Ефективне фінансування інноваційних проектів нереально забезпечити без виправлення основних проблем і перекосів у стратегічному управлінні економікою (до того ж конкретна і взаємопов'язана по всіх складових стратегія довгострокового розвитку на макрорівні в Україні практично відсутня). Кожне рішення щодо фінансування глобальних проектів, у випадку їх вдалого забезпечення та впровадження, сприятиме вирішенню окремих проблем, проте вони не завжди будуть націлені на реалізацію стратегічного курсу держави.

На розвиток економіки і фінансів України негативно вплинули такі чинники:

- нестабільне і некомпетентне державне управління, побудоване тільки на впровадженні короткострокових рішень;
- слабкість державного контролю інвестиційного клімату та оновлення основних фондів;
- відсутність цілісної системи (за часів Радянського Союзу Україна виробляла лише 20% кінцевої продукції), що призвело до посилення залежності національної економіки від імпорتنних поставок;
- різкий і одночасний перехід від державної до приватної власності збільшив перерозподіл фінансових ресурсів і зменшив ступінь їх керованості;
- приватизація об'єктів державної власності за допомогою сертифікатів була здійснена в основному без урахування фінансового стану підприємств, у тому числі їх прибутковості, що призвело до обвальної тінізації в країні.

Вказані чинники мали наслідком понаднормативне зношення основних фондів, особливо у промисловості та сільському господарстві, незна-

чні частки інноваційної продукції (послуг) і напрацювань вітчизняних науковців, що знизило і так не досить високу конкурентоспроможність національної економіки, послабило експортні поставки і заповнило імпортними товарами наш не дуже урізноманітнений внутрішній ринок [11, с. 9-10].

Перейдемо до джерел фінансування забезпечення інноваційної політики структурної перебудови. При цьому особливу увагу звернемо на такі складники: розширення їх кількості з метою підвищення ступеня інноваційності традиційних та впровадження нових високотехнологічних виробництв; подолання структурних дисбалансів економіки і приведення її у відповідність до вимог постіндустріального суспільства; мінімізація ризиків на всіх етапах; досягнення синергетичного ефекту від різних напрямків і форм інноваційної діяльності та її інвестування; проникнення на світові ринки високотехнологічної продукції.

Для ефективного вирішення фінансового забезпечення цілеспрямованих інноваційних структурних змін важливе значення має формування державою таких базових умов:

- запровадження концентрації ресурсів у «точках прориву» – проектах, впровадження яких визначатиме лідерство нашої держави у глобальному інноваційному просторі;
- створення економічного механізму стимулювання інноваційної активності суб'єктів господарської діяльності, спрямування капіталу у розвиток високотехнологічних галузей;
- підвищення інвестиційно-інноваційної мотивації бізнесу і формування на цій основі умов для його саморегулювання в напрямку високих технологічних укладів;
- захист економічної конкуренції як стимулу до розвитку інноваційної діяльності та підвищення попиту на інновації [12, с. 18];
- забезпечення комерціалізації інноваційних досягнень, синхронізації відтворювальних та інноваційних процесів;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- розширення участі суб'єктів національної економіки у процесах доступу до світового науково-технічного потенціалу через отримання прямих іноземних інвестицій, участь у міжнародній науково-виробничій кооперації;
- взаємодія учасників інноваційної діяльності при розробці та отриманні продукції V-VI технологічних укладів.

В кінці ХХ століття К. Фрідмен окреслив національну інноваційну систему як мережу взаємопов'язаних державних та приватних інституцій, що в процесі взаємодії ініціюють, створюють, видозмінюють та поширюють інновації [13, с. 155].

Фінансове забезпечення інноваційної структури економіки повинно базуватися на залученні

та ефективному використанні фінансових ресурсів держави, підприємств, фінансових інституцій, іноземних інвесторів, домогосподарств. При цьому держава має створити сприятливі умови для найбільш повного залучення інвестицій вітчизняних та іноземних партнерів у ризикові процеси інноваційної структурної перебудови національної економіки.

Для залучення фінансових структур до формування інвестиційного ресурсу інноваційного спрямування економіки доцільно передбачити: пільгове рефінансування банків, що надають кредити під інноваційні проекти; зменшене оподаткування коштів, отриманих фінансовими установами від інвестування у інноваційні підприємства; пільгове оподаткування банківських та інших фінансових структур, які проводять довгострокове кредитування підприємств, що виробляють інноваційну продукцію.

Вивчення досвіду провідних країн світу засвідчує, що розвиток інноваційної економіки багато в чому залежить від середнього класу, який формує платоспроможний попит на інноваційні товари та послуги. Тому процес інноваційного структурного оновлення може розвиватися і наростати у значній мірі за умови підвищення рівня життя населення, зростання доходів, розширення внутрішнього споживання ринку, зміни структури попиту на більш інноваційну [14, с. 12; 15; 16].

До основних проблем фінансування інноваційного розвитку слід віднести суперечливість і недосконалість вітчизняного нормативно-правового забезпечення в інноваційній сфері. Наприклад, в Постанові Верховної Ради «Про стан та законодавче забезпечення розвитку науки та науково-технічної сфери держави» від 11.02.2015 р. [17] зазначено, що діяльність ряду законів, зокрема «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій», «Про

пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» та інших, не відбувається. Як наслідок, втрачаються важелі податкового, кредитного, фінансового стимулювання інноваційної структурної перебудови.

Розглянемо джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні (табл. 1).

Проведений аналіз показує, що спостерігається скорочення загальної суми інноваційних витрат, а основним джерелом фінансування залишаються власні кошти суб'єктів господарської діяльності. Частка коштів державного бюджету недостатня, як і іноземних інвесторів. Наявна ситуація, коли вітчизняні інвестори не мають вільних коштів для інвестування в інноваційну діяльність, а іноземні бояться їх вкладати в українське виробництво через несприятливий інвестиційний клімат. Проблема носить системний характер і спричинена фінансовою нестабільністю та економічними і політичними негараздами в країні [18, с. 106-107].

Наукові дослідження забезпечують конкурентні переваги у боротьбі за виживання у світовій господарській системі, а їх сукупність через комерціалізацію створює додаткові фінансові потоки для економіки. Тому збільшення витрат на інновації забезпечує мультиплікаційний ефект для економічної системи у цілому.

Провідні держави світу, а також ті, які розвиваються, постійно підвищують фінансування обсягів НДДКР. Водночас, незважаючи на визначений у Стратегії інноваційного розвитку України на 2010-2020 рр. рівень показника наукоємності у 2,5 – 3% ВВП, маємо проблемну тенденцію, яка призвела, починаючи з 2005 р., до зменшення витрат на науку до 0,67% ВВП України у 2015 р., що є найнижчим значенням протягом вказаного періоду (рис. 1).

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні

Роки	Загальна сума витрат, млн грн	у тому числі за рахунок коштів							
		власних		державного бюджету		іноземних інвесторів		інші джерела	
		млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
2010	8045,5	4775,2	59,4	87,0	1,1	2411,4	30,0	771,9	9,6
2011	14333,9	7585,6	52,9	149,2	1,0	56,9	0,4	6542,2	45,6
2012	11480,6	7335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2925,6	25,5
2013	9562,6	6973,4	72,9	24,7	0,3	1253,2	13,1	1311,3	13,7
2014 ¹	7695,9	6540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,74
2015 ¹	13813,7	13427,0	97,2	55,1	97,2	58,6	0,4	273,0	2,0
2016 ^{1,2}	23229,5	22036,0	94,9	179,0	94,9	23,4	0,1	991,1	4,3

¹ дані наведені без урахування тимчасово окупованої території АРК, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції;

² дані наведені за результатами державного статистичного спостереження за формою № ІНН «Обстеження інноваційної діяльності підприємств за період 2014-2016 років» (за міжнародною методологією).

Джерело: складено авторами з використанням офіційних даних Державної служби статистики України

Значно зменшено і абсолютні витрати у даному спрямуванні. Відповідно до середньорічного валютного курсу гривні до євро у 2015 р. порівняно з 2012 р. витрати на НДДКР знизились більш ніж удвічі. Через дефіцит фінансування створено умови для відтоку найбільш талановитого наукового персоналу за кордон.

Досвід зарубіжних країн засвідчує, що у разі, коли частка інноваційної продукції у ВВП становить менше 20%, втрачається конкурентоспроможність. Середньоевропейський показник складає 25-35%, у Китаї він досяг 40%, а в нашій країні знаходиться на рівні менше 1% [20].

У нарощенні інноваційності економіки важливе значення відіграє ефективність фінансового ринку, його можливість підтримувати комерціалізацію науково-виробничих результатів. Погіршення фінансового клімату інноваційного розвитку в Україні можна пояснити підвищенням ризиків економічного, політичного і фінансового характеру, а також слабкістю самого фінансового сектору. Протягом більшої половини терміну впровадження Стратегії інноваційного розвитку України на період 2010-2020 рр. не забезпечено дію фінансового механізму посилення інноваційної діяльності та структурної перебудови національної економіки [21, с. 19-24].

Зупинимось на деяких складових фінансового забезпечення інноваційного розвитку. Розпочнемо з дуже популярного на даному етапі в Україні сільського господарства. Дійсно, зважаючи на сприятливі природно-кліматичні умови, давні традиції селянства, цілком можливо вибороти почесне місце серед світових виробників аграрної продукції. Проте її продуктивність досить низька, а серед проблем слід виділити

фінансове забезпечення. Досягти високої ефективності та конкурентоспроможності можливо тільки при раціональній організації сільськогосподарського виробництва на базі сучасних методів аграрного бізнесу, серед яких особливе місце посідають ефективні інструменти формування та використання фінансових ресурсів. Для вітчизняного фінансового ринку властива модель структурної перебудови у сільському господарстві, за якої перерозподіл в основному здійснюється комерційними банками [22].

З метою фінансування поточної діяльності аграрних підприємств, впровадження сучасних технологій, страхування ризиків, створення торговельної і транспортної інфраструктур використовуються власні та залучені ресурси: кредитування, включаючи іпотечне; можливості страхових і факторингових компаній; інструменти фондового ринку та інше. Формування власних джерел фінансування здійснюється за рахунок амортизаційних відрахувань, продажу зайвого майна, нерозподіленого прибутку [23, с. 24-25].

Дослідивши окремі напрацювання відомих вчених та на базі власних узагальнень надамо деякі складові фінансового супроводження розвитку аграрного сектору:

- відновлення та стимулювання інвестиційного процесу;
- оптимальне поєднання державного регулювання із механізмами вільного ринку;
- податкові пільги в інноваційну інфраструктуру;
- створення системи кооперативних банків, страхових, лізингових та інвестиційних компаній, кредитних спілок, аграрних бірж, ринку цінних паперів;
- активізація фінансового аграрного консалтингу;

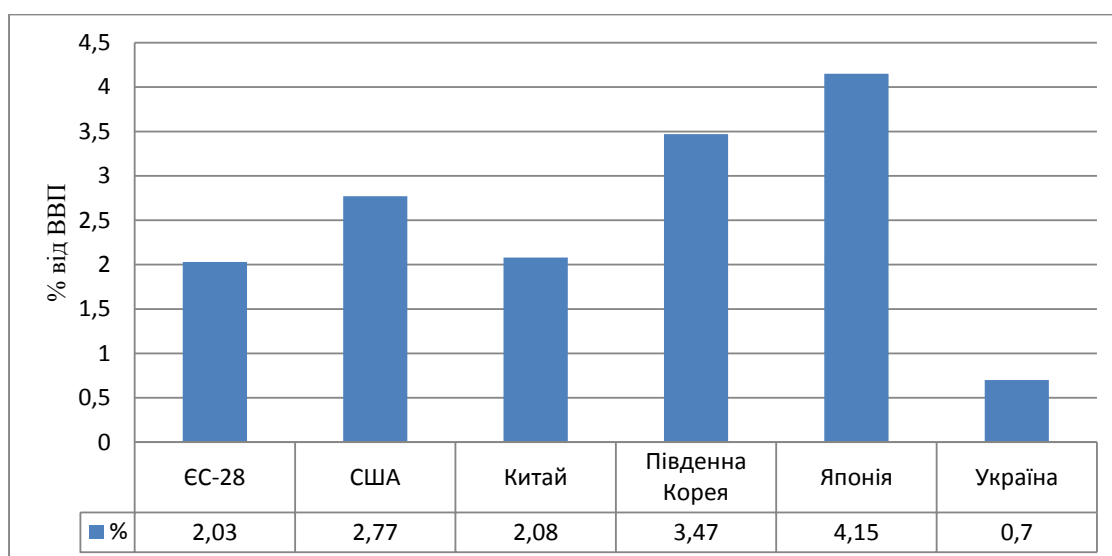


Рис. 1. Динаміка витрат на наукові дослідження і розробки відносно ВВП у провідних країнах світу та Україні, %

Джерело: офіційні дані Державної служби статистики України та Євростату за 2013 рік

- оптимізація оподаткування;
- виділення на інноваційний розвиток АПК коштів із регіональних бюджетів;
- страхування фінансових і підприємницьких ризиків у аграрному секторі [24; 25, с. 122].

Перейдемо до фінансування туризму, перспективність якого засвідчує досвід більшості країн. Якщо розглянути розподіл капітальних вкладень за видами економічної діяльності, на туризм припадають мізерні обсяги, а саме: компанії з тимчасового розміщення й організації харчування – 0,4%; мистецтва, спорту, розваг і відпочинку – теж 0,4%. Зрозуміло, що цей рівень недостатній, враховуючи світові показники (за даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей, на туризм припадає 4,3% обсягів інвестицій [26; 27].

Разом із загальними чинниками недостатнього фінансування, у інноваційній структурній перебудові туристичної діяльності доцільно виокремити: відсутність якісної інформації про туристичні регіони; нерозвиненість інфраструктури на рекреаційних територіях; втручання місцевих органів влади в туристичний бізнес; відмову підприємств від реалізації інноваційних проектів на користь стратегії виживання. Враховуючи динамічність галузі і швидку окупність проектів, українські туристичні компанії мають і повинні реалізувати можливості щодо ефективного формування фінансових ресурсів для структурної перебудови інноваційного характеру [28, с. 3-7].

І наостанок згадаємо про податкову систему, яка покликана забезпечити структурну перебудову інноваційного ринку в частині державного фінансування. Її модернізація є вкрай важливою в сучасних умовах, що характеризуються низкою протиріч і викликів зовнішнього та внутрішнього характеру. Головні її недоліки: складне адміністрування; високий рівень податкового навантаження і корупція в податкових органах; відірваність від розвитку інших суб'єктів економіки тощо [29, с. 98].

Головною метою податкової реформи на інноваційному структурному рівні є вивільнення підприємницького потенціалу, особливо в частині використання «людського капіталу», для прискореного розвитку інтелектуальномістких галузей, що вкрай важливо в умовах продекларованої європейської інтеграції. Зазначене сприятиме створенню нових підприємств і галузей та відмиранню відживших своє архаїчних виробництв.

Висновки з проведеного дослідження.

1. Кінцевою метою інноваційної структурної перебудови національної економіки повинні стати зростання рівня життя людей, досягнення динамічної збалансованості, здатності до зовнішньої експансії.

2. У технологічному відношенні інноваційну структурну перебудову в Україні необхідно розгля-

дати як оптимізацію міжгалузевих мережевих пропорцій в напрямку збільшення частки високоефективних наукоємних виробництв з переважанням VI, а на першому етапі V технологічного укладу.

3. Для ефективного вирішення фінансового забезпечення цілеспрямованих інноваційних структурних змін необхідні: концентрація ресурсів у «точках зростання»; створення економічного механізму стимулювання інноваційної активності підприємств; підвищення інноваційної мотивації бізнесу; забезпечення комерціалізації інноваційних досягнень; розвиток інноваційної інфраструктури; отримання прямих іноземних інвестицій; участь у міжнародній науково-виробничій кооперації.

4. Фінансове забезпечення інноваційної структури економіки повинно базуватися на залученні та ефективному використанні фінансових ресурсів держави, підприємств, фінансових інституцій, іноземних інвесторів, домогосподарств. При цьому держава має створити сприятливі умови для найбільш повного залучення інвестицій вітчизняних та іноземних партнерів у ризикові процеси інноваційної структурної перебудови національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Савченко В.Ф. Національна економіка: навч. посібник. 2-е вид. – Чернігів: Видавництво ЧДІЕУ, 2014. – 134 с.
2. Ортіна Г.В. Структурна перебудова промислового комплексу як напрям антикризової стратегії розвитку реального сектору економіки / Г.В. Ортіна // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 13-14. – С. 26-29.
3. Білорус О.Г. Постіндустріальна корпоративна глобалізація та гіперфінансіалізація процесів економічного відтворення / О.Б. Білорус // Фінанси України. – 2015. – № 9. – С. 7-18.
4. Piketty T. Capital in the 21st Century : monograph / T. Piketty. – Paris, 2013. – 685 p.
5. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев. – М.: Экономика, Piketty T. 1989. – 526 с.
6. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теории предвидения. Избранные труды / Н. Кондратьев, Ю. Яковец, Л. Абалкин [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/Kond/index.php.
7. Норт Д. Институції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт, пер. з англ. І. Дзюби. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
8. Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений : Нобелевская лекция / С. Кузнец // Нобелевский лауреаты по экономике : взгляд из России / под ред. Ю.В. Яковца. – СПб.: Гуманистика, Piketty T. 2003. – С. 104-123.
9. Шумпетер Й. А. История экономического анализа : в 3 т. Т.1 / под ред. В.С. Автономова; пер. с англ. – СПб. : Экон. шк., 2007. – 678 с.

10. Гасанов С.С. Фінансування структурних зрушень та інноваційної модернізації / С.С. Гасанов, В.О. Сизоненко // Фінанси України. – 2014. – № 5. – С. 20-28.
11. Даниленко А.І. Основні проблеми інноваційної перебудови та фінансові аспекти її забезпечення в Україні / А.І. Даниленко // Фінанси України. – 2017. – № 5. – С. 7-23.
12. Дрозд В.Д., Гузенко І.Ю., Пилипенко Ю.І. Технологічна система національної економіки України та необхідні напрями її реформування / В.Д. Дрозд, І.Ю. Гузенко, Ю.І. Пилипенко // Економіка і управління. – 2010. – № 1. – С. 18.
13. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan/ C. Freeman. – London: Pinter, 1987. – 155 p.
14. Васіна А.Ю. Організаційно-функціональний механізм структурного реформування національної економіки: теоретичні й методологічні основи формування / А.Ю. Васіна // Економіка та держава. – 2016. – № 4. – С. 64-68.
15. Александрова В.П. Джерела фінансового забезпечення інноваційної діяльності / В.П. Александрова // Проблеми науки. – 2004. – № 1. – С. 22-29.
16. Бажал Ю.М. І Гузенко І.Ю., Пилипенко Ю. Інноваційний розвиток економіки та напрями його прискорення: наук. доп. / Ю.М. Бажал, І. В. Одотюк, М.С. Данько, О.О. Лапко, В.П. Александрова; НАН України. Ін-т екон. прогнозування. – К., 2002. – 80 с.
17. Постанова Верховної Ради України від 11.02.2015 р. № 182-VIII «Про рекомендації парламентських слухань на тему «Про стан та законодавче забезпечення розвитку науки та науко-технічної сфери держави» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.zakon5.rada.gov.ua>.
18. Полянчич Т.М. Аналіз фінансового забезпечення інноваційного розвитку національної економіки / Т.М. Полянчич, Я.В. Пилипюк // Економіка і регіон. – 2015. – № 5. – С. 104-108.
19. Total Intramural R&D Expenditure (GERD) by Sectors of Performance [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistic/search_database
20. Аналітична довідка Міністерства освіти та науки України «Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2015 рік» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.mon.gov.ua>
21. Тарасюк М.В. Сучасний стан реалізації інноваційної політики України та її фінансове забезпечення / М.В. Тарасюк // Економіка та держава. – 2017. – № 1. – С. 19-24.
22. Лупенко Ю.О. Сучасні інструменти для фінансування аграрного сектору економіки [Електронний ресурс] / Ю.О. Лупенко, В.В. Фещенко. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/132.htm
23. Міщенко Д.А. Шляхи забезпечення фінансовими ресурсами сільськогосподарського комплексу України / Д.А. Міщенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 15. – С. 34-38.
24. Геєць В.М. Перспективи аграрних трансформацій та їх вплив на розвиток подій в економіці України // Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С. 11-14.
25. Готра В.В. Умови та напрями вдосконалення фінансово-кредитного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору економіки України / В.В. Готра // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 117-123.
26. Капітальні інвестиції в Україні за 2010-2015 рр. Статистичні бюлетені. – Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.ukrstat.gov.ua>
27. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Annual Update Summary [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic/>
28. Майорова Т. Стан фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму в Україні / Т. Майорова, С. Урванцева, О. Шуплат // Економіст. – 2016. – № 7. – С. 3-7.
29. Криштоф Н.С. Модернізація податкової системи в умовах європейської інтеграції та структурних зрушень / Н.С. Криштоф, І.І. Дороніні // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 5. – С. 97-105.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

IMPROVING METHODS OF ASSESING OF THE FINANCIAL SECURITY LEVEL USING PORT ACTIVITY ENTERPRISES AS AN EXAMPLE

У статті розглянута методика оцінки рівня фінансової безпеки підприємства портової діяльності. Для визначення фінансової безпеки існує безліч методологій аналізу. Ці методології дозволяють викривати проблемні напрямки в діяльності підприємства портової діяльності та досліджувати чинники, що їх зумовили. Проаналізовані найбільш відомі методики оцінки рівня фінансової безпеки підприємств. До основних недоліків існуючих методів оцінки рівня фінансової безпеки підприємств можна віднести те, що неможливо достовірно розрахувати більшість показників та відсутні нормативні значення коефіцієнтів. Використання значень коефіцієнтів сектору послуг України зробить оцінку рівня фінансової безпеки більш точною, так як значення цих коефіцієнтів відображають реальні умови функціонування українських підприємств у сфері послуг. Вибрали такий перелік показників та складових інтегральної оцінки, які в повній мірі характеризуватимуть ключові напрямки діяльності підприємств портової діяльності. В якості об'єкта дослідження обрали ТОВ «Стивідор», яке відноситься до підприємств портової діяльності. На основі проведених розрахунків зробили висновки, що впровадження заходів, запропонованих щодо оптимізації структури капіталу та витрат ТОВ «Стивідор» призведе до покращення рівня фінансової безпеки досліджуваної компанії.

Ключові слова: фінансова безпека, підприємства портової діяльності, методика оцінки рівня фінансової безпеки, інтегральна методологія, коефіцієнтний метод, інтегральний показник стану фінансової безпеки.

В статье рассмотрена методика оценки уровня финансовой безопасности предприятия портовой деятельности. Для определения финансовой безопасности существует множество методологий анализа. Эти методологии позволяют выявлять проблемные направления в деятельности предприятия портовой деятельности и исследовать факторы, которые их обусловили. Проанализированы наиболее известные методики оценки уровня финансовой безопасности предприятий. К основным недостаткам существующих методов оценки уровня финансовой безопасности предприятий можно отнести то, что невозможно достоверно рассчитать большинство показателей и отсутствуют нормативные значения коэффициентов. Использование значений коэффициентов сектора услуг Украины сделает оценку уровня финансовой безопасности более точной, так как значе-

ния этих коэффициентов отражают реальные условия функционирования украинских предприятий в сфере услуг. Выбрали такой перечень показателей и составляющих интегральной оценки, которые в полной мере характеризовать ключевые направления деятельности предприятий портовой деятельности. На основе проведенных расчетов сделали выводы, что внедрение мер, предложенных по оптимизации структуры капитала и расходов ООО «Стивидор» приведет к улучшению уровня финансовой безопасности исследуемой компании.

Ключевые слова: финансовая безопасность, предприятия портовой деятельности, методика оценки уровня финансовой безопасности, интегральная методология, коэффициентный метод, интегральный показатель состояния финансовой безопасности.

The article discusses the methodology for assessing the level of financial security of the enterprise port activities. There are many analysis methodologies for determining financial security. These methodologies allow us to identify problem areas in the activities of the enterprise port activity and explore the factors that caused them. Analyzed the most famous methods of assessing the level of financial security of enterprises. The main disadvantages of existing methods for assessing the level of financial security of enterprises are the fact that it is impossible to reliably calculate most of the indicators and there are no standard values of the coefficients. Using the values of the coefficients of the services sector of Ukraine will make the assessment of the level of financial security more accurate, since the values of these coefficients reflect the real conditions of functioning of Ukrainian enterprises in the services sector. We chose this list of indicators and components of the integral assessment, which fully characterize the key activities of port enterprises. As the object of the study chose LLC "Stevedore", which refers to the enterprises of port activities. On the basis of the calculations made, it was concluded that the implementation of measures proposed to optimize the capital structure and expenses of LLC Stevedore will lead to an improvement in the financial security of the company under study.

Key words: financial security, enterprises of port activity, methods of assessing the level of financial security, integral methodology, coefficient method, integral indicator of the state of financial security.

УДК 336.144.2:656.615

Чебанова Т.Є.

доцент кафедри підприємництва та туризму
Одеський національний морський університет

Постановка проблеми. В існуючих реаліях особливе значення набуває об'єктивна оцінка фінансової міцності та фінансової безпеки підприємства. Для визначення фінансової безпеки існує безліч методологій аналізу. Ці методології дозволяють викривати проблемні напрямки в діяльності

підприємства портової діяльності та досліджувати чинники, що їх зумовили. На нашу думку цього не достатньо, щоб зробити обґрунтовані висновки щодо рівня фінансової безпеки підприємства портової діяльності. Саме розвиток цього питання є актуальним для розгляду в даній роботі.

Розробка методів оцінки рівня фінансової безпеки підприємств портової діяльності має важливе методологічне значення. Це пов'язано з необхідністю майже щоденного знання його фінансового стану, підтримання його на достатньому рівні в ринкових конкурентних умовах. Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства важлива також при розгляді питання отримання кредитів від комерційних банків та залучення капіталу інвесторів. Зрозуміло, що при незадовільному стані фінансової безпеки підприємства вірогідність отримання ним кредиту чи коштів інвесторів зводиться до нуля [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз іноземних і вітчизняних наукових літературних джерел свідчать про те, що досить велика кількість вчених приділяють увагу питанням фінансового стану та фінансової безпеки підприємств. В нашій країні дослідженням цього питання займалися такі науковці як: Блак І.О., Пластун О. Л., Кракос Ю. Б., Разгон Р.О., Крисюк Л.М., Пономаренко Т.В. та ін. У той же час існує потреба в подальшому поглибленому вивченні методів оцінки фінансової міцності та використанні їх в практичній діяльності підприємств портової діяльності.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є удосконалення методики оцінки рівня фінансової безпеки підприємств портової діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В організаційній та управлінській роботі підприємств портової діяльності фінансова діяльність займає особливе місце. Від неї багато в чому залежить своєчасність та повнота фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності та розвитку підприємства, виконання фінансових зобов'язань. Фінансова діяльність – це система використання різних форм і методів для фінансового забезпечення функціонування підприємств та досягнення ними поставлених цілей, тобто це та практична фінансова робота, що забезпечує життєдіяльність підприємства, поліпшення фінансових результатів підприємств портової діяльності [2].

На даний час найбільш поширеною є інтегральна методика оцінки рівня фінансового стану підприємства. Вона передбачає синтезування фінансових індикаторів в комплексній конструкції. Інтегральна методика базується на використанні коефіцієнтного методу, що представляє собою розрахунок відносних показників на основі даних статистичної фінансової звітності [3]. Хоча є і суттєвий недолік даного методу – це відсутність нормативних значень коефіцієнтів, що частіше всього використовуються. Також до недоліків можна віднести те, що зміни розмірів відносних коефіцієнтів в динаміці не можуть бути вірно інтерпретовані.

Інтегральна методологія не враховує індекси, що характеризують грошові потоки підприємства.

До основних недоліків існуючих методів оцінки рівня фінансової безпеки підприємства, на наш погляд, можна віднести:

- не враховуються вітчизняні умови ведення бізнесу;

- неможливо достовірно розрахувати більшість показників, що розраховуються за фінансовою звітністю підприємств;

- відсутня поглиблена класифікація рівнів фінансової безпеки;

- важко визначити фактори, що вплинули на фінансову безпеку;

- велика вірогідність неточної оцінки рівня фінансової безпеки підприємства.

Використовуючи існуючі методи оцінки рівня фінансової безпеки в Україні, можна зіткнутися з численними проблемами. Розглянемо можливі напрями удосконалення методів оцінки стану фінансової безпеки підприємства. Щоб отримати адекватну оцінку рівня фінансової безпеки підприємства, доцільно порівнювати розраховані фінансові показники підприємства не з стандартними значеннями, які розроблені для іноземних умов ведення бізнесу, а з:

- середніми значеннями аналогічних показників, розрахованих для сукупності підприємств кожної галузі;

- значеннями показників, які рекомендовані в роботах українських дослідників;

- показниками ефективності найбільш успішних підприємств тощо.

При такому порівнянні потрібно зробити аналіз, чи відповідає значення розрахованого показника підприємства середньому рівню по галузі. Оціночні значення окремих показників оцінки фінансової безпеки у певних діапазонах рекомендується українськими аналітиками.

У зв'язку з вищезазначеним ми вважаємо за необхідне використовувати значення коефіцієнтів сектору послуг України [4]. Це зробить оцінку рівня фінансової безпеки більш точною, значення цих коефіцієнтів відображають реальні умови функціонування українських підприємств у сфері послуг.

Крім того, ми вважаємо за необхідне вдосконалити методологію оцінки рівня фінансової безпеки підприємства в секторі послуг шляхом вибору такого переліку показників та складових інтегральної оцінки, які в повній мірі характеризуватимуть ключові напрямки діяльності підприємств портової галузі.

В якості об'єкта дослідження ми обрали ТОВ «Стивідор», яке відноситься до підприємств портової діяльності.

Для отримання більш достовірної інформації про стан фінансової безпеки ТОВ «Стивідор» та вдосконалення методики оцінки рівня його фінансової безпеки ми будемо використовувати розширений метод Кракос Ю. Б. і Разгон Р.В. Цей метод передбачає обчислення комплексного значення, що визначається інтегральним показником [5]:

$$S_{фбп} = S + S_{пф} + S_{да} + S_{рц} + S_{пн} \quad (1)$$

де $S_{фбп}$ – інтегральний показник фінансової безпеки підприємства;

S – комплексний показник оцінки ефективності управління, бали;

$S_{пф}$ – комплексний показник оцінки платоспроможності та фінансової стійкості;

$S_{да}$ – комплексний показник оцінки ділової активності, бали;

$S_{рц}$ – комплексний показник оцінки ринкової стійкості, бали;

$S_{пн}$ – комплексний показник оцінки інвестиційної привабливості, бали [4].

Визначення комплексного показника оцінки за кожною складовою ФБП за допомогою рейтингового числа виглядає так:

$$S = \sum_{i=1}^z \frac{1}{Z \cdot N_i} \cdot K_i, \quad (2)$$

де S – комплексний показник за кожною складовою фінансової безпеки підприємства;

Z – число показників, використовуваних для оцінки рівня фінансової безпеки підприємства за кожною складовою;

N_i – нормативний рівень для i -того коефіцієнта;

K_i – i -ий коефіцієнт.

У прогнозованій методиці комплексний показник управління (рентабельності) та комплексний показник ділової активності залишилися без зміни у порівнянні з методикою Кракос Ю. Б. та Разгон Р. О. [5]. Це пов'язано із значною важливістю зазначених показників у відображенні реального стану фінансової безпеки, оскільки дані показники характеризують ефективність діяльності будь-якого підприємства.

У групі показників платоспроможності показник маневреності власного капіталу був віднесений нами до групи показників фінансової стійкості та замінений у комплексному показнику платоспроможності на показник втрати платоспроможності. Така заміна пов'язана із тим, що даний показник дає уявлення про ступінь теоретичної спроможності виконувати суб'єктом підприємства свої зобов'язання у випадку настання певних негативних подій, тобто дає загальну характеристику його захисним фінансовим резервам. Що, на нашу думку, є дуже важливим в методиці оцінки рівня фінансової безпеки підприємства.

Таблиця 1

Результати розрахунків складових методики оцінки рівня фінансової безпеки ТОВ «Стивідор» за даними фінансової звітності та з урахуванням запропонованих змін

Показник	Результат розрахунків	
	за даними фінансової звітності за 2017 рік	за даними, отриманими в результаті оптимізації структури капіталу та витрат
1. Комплексний показник оцінки рентабельності підприємства:		
– рентабельність активів;	0,293	0,338
– рентабельність власного капіталу;	0,605	0,677
– загальна рентабельність діяльності;	0,116	0,135
– рентабельність продукції.	0,145	0,169
2. Комплексний показник оцінки платоспроможності підприємства:		
– коефіцієнт поточної ліквідності;	1,381	1,393
– коефіцієнт абсолютної ліквідності;	0,400	0,419
– коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами;	0,030	0,056
– коефіцієнт втрати платоспроможності.	1,233	1,311
3. Комплексний показник ділової активності:		
– оборотність активів;	2,531	2,600
– оборотність основних засобів;	1,752	2,424
– оборотність оборотних активів;	5,401	5,821
– оборотність власного капіталу.	5,233	5,271
4. Комплексний показник фінансової стійкості:		
– коефіцієнт автономії;	0,461	0,500
– коефіцієнт фінансового ризику;	1,171	1,000
– коефіцієнт маневреності власного капіталу;	0,334	0,771
– коефіцієнт фінансової стійкості	0,721	0,955
5. Комплексний показник матеріального стану підприємства:		
– коефіцієнт зносу основних фондів;	0,445	0,445
– коефіцієнт оновлення основних засобів;	0,383	0,383

В комплексному показнику фінансової стійкості були видалені такі показники, як коефіцієнт маневреності оборотних активів, коефіцієнт мобільності активів, індекс постійних активів. На нашу думку зазначені показники не є достатньо важливими для відображення фінансової стійкості підприємства, оскільки коефіцієнт маневреності оборотних активів напряму пов'язаний із коефіцієнтом оборотності активів, а коефіцієнт мобільності активів пов'язаний із коефіцієнтом оборотності оборотних активів.

Одним із основних принципів побудови ефективної методики оцінки рівня фінансової безпеки є такий: «...окремі показники, відібрані до включення в інтегральну оцінку, не мають дублювати один одного, бо це дублювання не тільки затрудняє економічне обґрунтування отриманих результатів, а й може викривити їх...». Окрім того, дані показники було б більш доцільно віднести до показників оцінки ділової активності підприємства.

Вважаємо, що і показник інвестиційної привабливості не має суттєвого значення для оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. Коефіцієнт чистої виручки відображає, яку долю займає чистий дохід у валовому доході підприємства, що не несе жодної інформації для потенційних інвесторів. Даний показник може надати інформацію лише про рівень непрямого оподаткування в країні. Для потенційного інвестора більш вагомими є

показники рентабельності. Показник чистого прибутку на акцію в нашому прикладі втрачає своє значення. Це пов'язано із тим, що підприємство, яке ми розглядаємо не є акціонерним. Тому використання даного показника у методиці оцінки рівня фінансової безпеки ТОВ «Стивідор» недоцільне.

Замість комплексного показника інвестиційної привабливості пропонуємо використовувати комплексний показник майнового стану підприємства. Оскільки ТОВ «Стивідор» відноситься до підприємств портової діяльності, то стан його основних засобів має для нього дуже важливе значення.

Одним із найбільш проблемних показників оцінки майнового стану є коефіцієнт зносу основних засобів [8]. Він має дуже важливе значення для оцінки рівня фінансової безпеки підприємств портової діяльності. Вважаємо необхідним включення у методику коефіцієнту оновлення основних засобів, який характеризує рівень політики управління майновим станом підприємства. Для того, щоб конкретизувати зазначені показники, необхідно також застосувати в методиці коефіцієнт фондівіддачі основних засобів. Він характеризує ефективність їх використання, що впливає також на стан фінансової безпеки підприємництва портової діяльності.

Таким чином, включення до методики запропонованих показників дозволить з великою вірогід-

Таблиця 2

Склад комплексного показника оцінки стану фінансової безпеки підприємства та нормативні значення його складових

Назва коефіцієнта	Поправочний коефіцієнт		
	0	0,5	1
1. Комплексний показник оцінки рентабельності підприємства:			
– рентабельність активів;	<0,00	0,00-0,05	>0,05
– рентабельність власного капіталу;	<0,00	0,00-0,05	>0,05
– загальна рентабельність продажів;	<0,00	0,00-0,05	>0,05
– рентабельність продукції.	<0,00	0,00-0,05	>0,05
2. Комплексний показник оцінки платоспроможності підприємства:			
– коефіцієнт поточної ліквідності;	<0,60	0,60-0,80	>0,80
– коефіцієнт абсолютної ліквідності;	<0,20	0,20-0,25	>0,25
– коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами;	<0	0-0,10	>0,10
– коефіцієнт втрати платоспроможності.	<0,85	0,85-1,00	>1,00
3. Комплексний показник ділової активності:			
– оборотність активів;	<0,50	0,50-0,90	>0,90
– оборотність основних засобів;	<1,00	1,00-1,50	>1,50
– оборотність оборотних активів;	<1,00	1,00-2,00	>2,00
– оборотність власного капіталу.	<1,00	1,00-2,00	>2,00
4. Комплексний показник фінансової стійкості:			
– коефіцієнт автономії;	<0,30	0,30-0,50	>0,50
– коефіцієнт фінансового ризику;	>1,10	0,90-1,10	<0,90
– коефіцієнт маневреності власного капіталу;	<0,00	0,00-0,10	>0,10
– коефіцієнт фінансової стійкості	<0,80	0,80-1,00	>1,00
5. Комплексний показник матеріального стану підприємства:			
– коефіцієнт зносу основних фондів;	>0,60	0,40-0,60	<0,40
– коефіцієнт оновлення основних засобів;	<0,01	0,01-0,10	>0,10

Значення комплексних показників – складових інтегрального показника стану фінансової безпеки для ТОВ «Стивідор»

Складова фінансової безпеки	Результат розрахунків	
	до змін	після змін
Комплексний показник оцінки рентабельності підприємства	1,00	1,00
Комплексний показник оцінки платоспроможності	0,768	0,800
Комплексний показник ділової активності	1,00	1,00
Комплексний показник фінансової стійкості	0,674	0,875
Комплексний показник матеріального стану підприємства	0,637	0,637
Інтегральний показник фінансової безпеки	4,079	4,312

Таблиця 4

Класифікація видів рівня фінансової безпеки підприємства

Значення інтегрального показника	Рівень фінансової безпеки	Характеристика
Менше 2,50	Незадовільний	Характеризується збитковою діяльністю, низьким рівнем ліквідності та залежністю від зовнішніх джерел фінансування
2,51 – 3,30	Задовільний	Низький рівень ефективності використання капіталу, характерна нестабільна структура капіталу та недостатній рівень ліквідності
3,31 – 4,10	Нестабільний	Високий рівень прибутковості та оборотності активів при низькій платоспроможності та фінансовій стійкості
4,11 – 4,89	Впевнений	Показники, що характеризують рівень фінансової безпеки, знаходяться на оптимальному рівні
Більше 4,9	Ідеальний	Характеризується надвисоким рівнем прибутковості та платоспроможності. Частіш за все підприємства недовгий проміжок часу перебувають в такому стані, оскільки такий стан є виснажливим і ресурсномістким.

Джерело: [7]

ністю оцінити реальний стан фінансової безпеки підприємства портової діяльності.

З метою перевірки на практиці удосконаленої методики оцінки стану фінансової безпеки розраховано інтегральний показник стану фінансової безпеки ТОВ «Стивідор» за 2017 рік на основі його фінансової звітності. Результати розрахунків наведені у таблиці 1.

Для розрахунку інтегрального показника рівня фінансової безпеки ТОВ «Стивідор» необхідно зазначити нормативні значення коефіцієнтів-складових запропонованої методики оцінки (табл. 2).

У таблиці 3 представимо розраховані комплексні показники за різними напрямками та зведемо їх в один інтегральний показник, що характеризує рівень фінансової безпеки підприємства.

Окрім застосування удосконаленої методики оцінки рівня фінансової безпеки підприємства, вважаємо за необхідне розширити класифікацію рівня фінансової безпеки підприємства в залежності від значення інтегрального показника рівня фінансової безпеки (табл. 4) [7].

Отже, на основі проведених розрахунків, можна зробити висновки, що впровадження заходів, запропонованих щодо оптимізації структури капіталу та витрат ТОВ «Стивідор», на нашу

думку, призведе до покращення рівня фінансової безпеки досліджуваної компанії.

Висновки з проведеного дослідження. Особливий вплив здійснить зміна структури капіталу з існуючої на 50 % власний капітал та 50 % позиковий капітал на показники фінансової стійкості: збільшиться коефіцієнт фінансової автономії, зменшиться коефіцієнт фінансового ризику, зросте коефіцієнт фінансової стійкості, збільшиться показник маневреності власного капіталу. Зміна структури витрат на 25 % постійних та 75 % змінних витрат здійснить позитивний вплив на показники рентабельності та ділової активності.

Запропоновані зміни стануть запорукою довгострокової платоспроможності як для самої компанії, так і для її контрагентів. Що стосується теперішнього рівня фінансової безпеки ТОВ «Стивідор», то його можна характеризувати як «впевнений». Для зазначеного рівня фінансової безпеки характерним є оптимальне значення усіх коефіцієнтів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия: монография. Киев: Ника-Центр, Эльга, 2006. 776 с.

2. Крисюк Л. М., Скиртенко І. В. Управління фінансовою безпекою транспортно-експедиторських компаній. Економічний аналіз. 2013. № 3 (14). С. 83–87.

3. Москвіченко І. М., Крисюк Л. М., Кастельянос А. Т. Концептуальні питання, щодо рівня економічної безпеки стивідор них компаній. Молодий вчений. 2016. Вип. 3 (30). Економічні науки. С. 111–114.

4. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова; А. О. Єпіфанов, О. Л. Плас-тун, В. С. Домбровський та ін. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 295 с.

5. Кузенко Т. Б. Класифікація методів оцінки економічної безпеки підприємства. Економіка і управління. 2003. № 4. С. 72–79.

6. Кракос Ю. Б., Разгон Р. О. Управління фінансовою безпекою підприємств. Економіка та управління підприємствами: проблеми теорії та практики. 2008. № 1. С. 86–96.

7. Пластун О. Л. Система фінансової безпеки суб'єктів підприємництва. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2007. № 1. С. 100–107.

8. Пономаренко Т., Ходаківська Л. Внутрішньогосподарський контроль збереження і використання матеріальних ресурсів. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. Випуск. 19. Ч. 2. 2014. С. 229–236.

РОЛЬ І МІСЦЕ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ЩОДО МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ROLE AND LOCATION OF STATE SUPPORT FOR BUILDING DEVELOPMENT MECHANISMS

У статті досліджено сутність та зміст державного регулювання будівельної галузі України з позиції системного підходу до управління, визначено першочергові завдання для органів державної влади у сфері будівництва, розглянуто розвиток будівельної галузі за такими чинниками, як інституційний, організаційно-правовий, визначено напрями подальшого вдосконалення будівельної галузі України.

Ключові слова: будівельна галузь, будівельні підприємства, державне управління, державне регулювання, механізми розвитку.

В статті досліджено сутність і содержание державного регулювання будівельної галузі України з позиції системного підходу до управління, визначено першочергові завдання для органів державної влади у сфері будівництва, розглянуто розвиток будівельної галузі за такими чинниками, як інституційний, організаційно-правовий, визначено напрями подальшого вдосконалення будівельної галузі України.

Ключевые слова: строительная отрасль, строительные предприятия, государственное управление, государственное регулирование, механизмы развития.

как институциональный, организационно-правовой, определены направления дальнейшего усовершенствования строительной отрасли Украины.

Ключевые слова: строительная отрасль, строительные предприятия, государственное управление, государственное регулирование, механизмы развития.

The article explores the essence and content of state regulation of the construction industry of Ukraine from the point of view of the system approach to management, identifies the priority tasks for state authorities in the field of construction, considers the development of the construction industry by factors such as institutional, organizational and legal, the directions of further improvement of the construction industry are determined. of Ukraine.

Key words: construction industry, construction companies, public administration, state regulation, development mechanisms.

УДК 330.322.2

Герасименко В.М.

здобувач

Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Постановка проблеми. Розвиток будівельної галузі є одним з найбільш пріоритетних напрямів економіки в сучасній Україні. Це обумовлено тим, що як і багато інших векторів розвитку суспільно-економічного буття, він також потребує адаптації відповідно до стандартів Європейського Союзу. Ці стандарти стосуються як державної політики стосовно будівництва загалом, так і його технічних, нормативно-правових аспектів, зокрема. Саме модернізація державно-управлінського вектору функціонування будівельної галузі у вітчизняних реаліях може сприяти ефективному та інноваційному існуванню її в подальшому [1].

Державне управління є чинником, який сприяє розвитку будівельної галузі. За висновками

Н. Гуштик [2] «...державна політика в будівельній галузі здійснюється шляхом вироблення, прийняття та застосування нормативно-правових актів, будівельних норм та правил». Форми й роль участі держави в управлінні будівельною галуззю залежать від ступеня розвитку економіки й стану житлового сектору країни. Окрім того, вони змінюються в міру розвитку житлового ринку, а також економічної ситуації в країні.

Державне регулювання економіки покликане, перш за все, забезпечити її сталий розвиток. Процес регулювання економіки потребує розробки певних заходів (економічних, політичних, соціальних), спрямованих на стабілізацію та подальший темп зростання доходів державного бюджету та

скорочення видатків. Але особливої актуальності набуває пошук заходів державного регулювання, здатних забезпечити якісні перетворення в економіці та соціальній сфері, сталий розвиток галузей економіки [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значна увага проблемі державного регулювання приділяється в працях вітчизняних авторів: Н. Бондарьова, Д. Ісаєнко, Г. Возняк, В. Воськало, В. Гейця, Т. Левкунатош. Питанню функціонування та регулювання сфери будівництва, присвячено численні наукові роботи, суттєвий вклад у дослідження проблематики галузі будівництва внесли вітчизняні вчені А. Беломєсяцев, А. Воробйов, О. Козич, Л. Шутенко та інші, однак питання державного управління інвестиційною діяльністю у будівництві досліджено не достатньо повно, тому процес державного регулювання будівельної галузі потребує подальшого вивчення.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні ролі та місця державної підтримки щодо механізмів розвитку будівельної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Будівельна галузь посідає одне з основних місць в економіці держави. Вона створює основні фонди як виробничого, так і невиробничого характеру для функціонування всіх галузей національної економіки, забезпечує побутові, соціально-культурні потреби населення, сприяє створенню великої кількості нових робочих місць та реалізації продукції інших галузей народного господарства, які споживаються в процесі здійснення основної діяльності – будівництва. Однак ефективність функціонування будівельної галузі залежить від державної політики щодо її підтримки та регулювання, спрямованого на інформаційне забезпечення, створення та нормативно-правової бази оптимального податкового навантаження тощо [3].

В останній реформі перемогла ідея інтеграції, і було створене Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства (Мінрегіон). Водночас ряд функцій ЖКГ із ціноутворення та тарифної політики перейшли до Нацкомісії. Попри організаційні перестановки, справи в сфері управління міністерства, як і раніше, йдуть погано. Причин багато, зовнішніх і

внутрішніх, причому останні – не стільки в організаційній структурі міністерства, скільки в спрямованості його зусиль. В діючому міністерстві функції управління всіма трьома сферами все ще розрізнені, і не лише структурно. Регіональний розвиток забезпечується в основному інвестиціями в створення та утримання об'єктів, які утворюють суму економічних активів на територіальному рівні, а також соціальну та комунальну інфраструктуру населених пунктів, тобто житлово-комунальне господарство [4; 5]. А це є головним завданням будь-якого інституту влади будь-якої країни.

Загальні підходи до управління будівельною галуззю України наведено (табл. 1).

Перші два підходи більш приємні для планової економіки, а третій, який охоплює всіх учасників різних форм власності – для організації управління в ринкових умовах.

В Україні, на жаль, крім відсутності системного регулювання є і методологічному розподілі управління: капітальні інвестиції (Мінекономрозвитку), капітальне будівництво та експлуатація (обидві функції в Мінрегіоні) [4]. Тому, необхідно поєднати їх в одну структуру, що забезпечить ефективність витрат на об'єктах й економіці в цілому.

На сучасному етапі розвитку національної економіки галузь будівництва покликана забезпечувати розв'язання цілої низки важливих соціально-економічних проблем, зокрема: модернізація та створення нових основних засобів виробництва; реконструкція та переоснащення; сприяння структурній перебудові економіки; забезпечення житлом громадян країни тощо. На сьогодні в Україні функціонування будівельної галузі пов'язано із рядом проблем, які потребують пошуку науково обґрунтованих шляхів розв'язання [6, с. 18].

Комплексне наукове дослідження державного управління в галузі будівництва навряд чи може претендувати на повноту, якщо не буде проведений аналіз історичного досвіду становлення державного управління будівельною галуззю за часів незалежності України (табл. 2).

У розвинених країнах будівництво за кількістю зайнятих у цій галузі та випуском продукції становить приблизно десятину економіки, що забезпечує достатні темпи відтворення. В еко-

Таблиця 1

Загальні підходи до управління будівельною галуззю України

Підходи	Коло об'єктів
Галузеве управління	Виконавці будівельних робіт, тобто підрядні організації разом із їхньою технічною базою та проектуванням
Територіальне управління	Виконавці будівельних робіт, тобто підрядні організації разом із їхньою технічною базою та проектуванням
Інвестиційний підхід	Усі виконавці будівельних і небудівельних робіт і послуг у процесі підготовки та будівництва об'єктів до суб'єктів, які експлуатують будівлі та споруди, використовують їхні корисні властивості або якість

Джерело: складено за даними [4]

Динаміка зміни державного управління будівельної галузі в Україні

Роки	Інститут влади
1991 – 1992 рр.	Державний комітет УРСР у справах архітектури, будівництва та охорони історичного середовища
1992 р.	Міністерство інвестицій і будівництва
1992 – 1994 рр.	Міністерство у справах будівництва і архітектури
1994 – 1997 рр.	Державного комітету України у справах містобудування та архітектури
1997 р.	Єдиний комітет – Держбуд України
2002 р.	Перейменування у Державний комітет України з будівництва та архітектури
2005 р.	Реорганізація Державного комітету України з будівництва та архітектури і Державного комітету України з питань житлово-комунального господарства у Міністерство будівництва, архітектури та житлово-комунального господарства України
2010 р.	Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житловокомунального господарства України реорганізовано у Міністерство регіонального розвитку та будівництва України та Міністерство з питань житлово-комунального господарства України
З 2011 р. до сьогодні	Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України є правонаступником Міністерства регіонального розвитку та будівництва України та Міністерства з питань житлово-комунального господарства України

Джерело: вдосконалено автором за даними [2; 7]

номії України – близько 5 %. Державні органи управління цією важливою галуззю існують скрізь: у вигляді кількох урядових організацій, одного будівельного міністерства або ж департаментів у складі інтегрованих міністерств – екології, регіональної політики, транспорту та інфраструктури, житлового й комунального господарства [4].

Правильний вибір тематики з урахуванням актуальності та важливості як для всієї країни в цілому, так і для окремого її регіону є важливою умовою підвищення ефективності інноваційної діяльності. У зв'язку із цим при формуванні науково-технічної політики мають враховуватися такі фактори регіональної специфіки, як: задоволення вимог конкретних територій щодо науково-технічних результатів усього наукового комплексу країни (регіону); врахування особливостей регіону як місця розміщення господарюючих суб'єктів, зокрема, науково-технічних [8, с. 139].

Наприклад, Директива про будівельну продукцію ЄС прямо вказує на необхідність державного управління будівельною діяльністю. Суть положень цього документа зводиться до контролю виробництва та обміну товарами й послугами з дотриманням стандартних вимог, які стосуються механічних властивостей конструкцій та об'єктів, пожежного захисту, гігієни, впливу на здоров'я та навколишнє середовище, безпеки та зручності в експлуатації, шумозахисту, економії енергії й тепла, природних ресурсів. Також директивою вимагається інформувати споживачів про якість і вартість продукції з метою обґрунтованого вибору ними виконавців робіт і послуг або продукції, яку вони купують. Перелічені вимоги підкріплено пакетом методик і стандартів, відомих як Єврокод. При цьому особливо наголошується, що обґрунтованість вибору стосується не тільки

кінцевого продукту, а й усього процесу "складання" об'єкта [4].

Будівництво відрізняється різноманіттям організаційних і господарських форм процесу виробництва. В інвестиційному процесі створення будівельної продукції беруть участь кілька незалежних один від одного учасників. В останні кілька десятиліть у передових країнах в управлінні інвестиціями та будівництвом сталися якісні методологічні, а звідси – нормативні та структурні зміни. Замість процесу будівництва став розглядатися життєвий цикл об'єкта. Тому, що нормальні експлуатаційні витрати, вони ж – комунальні послуги впродовж життєвого циклу об'єкта, перевищують, іноді набагато, вартість будівництва. Так, у середній офісній будівлі – утримці, на виробничому об'єкті – у п'ять разів. Тому управляти однією лише вартістю будівництва вважається, щонайменше, безграмотним і недалекоглядним, а у випадку, якщо об'єкти будуються та експлуатуються за державний рахунок, тобто за кошти платників податків, то й злочинним. У зв'язку з цим кожна цивілізована держава створила та розвиває систему регулювання у вигляді законів, норм і стандартів, а також органів управління, які допомагають бізнесу й забезпечують державі та населенню проектування, будівництво та експлуатацію ефективних для споживача будівель і споруд [4].

Аналітики [6, с. 20] відзначають, що «...будівництво є пріоритетною галуззю розвитку економіки, але в умовах кризи необхідно особливу увагу приділяти дослідженню факторів впливу на будівельний сектор країни». На нашу думку, один із вирішальних факторів впливу на будівельну галузь є ефективність державного регулювання, яка безпосередньо залежить від механізмів регулювання. За висновками В. Мелко [9] «...на сьогодні ми спосте-

рігаємо низький рівень контролю з боку державних органів влади за сферою будівництва, а також низьку ефективність державного регулювання будівельної діяльності: незаконне будівництво без відповідних дозволів та прав на землю; порушення технічних норм будівництва; недотримання екологічних норм безпеки; незахищеність інвесторів та потенційних власників будівель; високий рівень бюрократизації та складність отримання дозвільної документації на проведення будівельних робіт; низький рівень застосування фінансово-кредитного механізму та механізму страхування тощо. Вищезазначені проблеми можуть бути розв'язані через посилення контролю з боку регулюючих органів та підвищення ефективності державного регулювання галузі будівництва».

Висновки з проведеного дослідження.

Визначення державного регулювання, що зустрічається в економічній літературі, лише як діяльності державної влади щодо створення умов забезпечення підприємницької діяльності в усіх її різновидах, не достатньо повно відповідає зазначеним напрямам його дії. Таке визначення, на нашу думку, відображає лише підтримку процесу виробництва, а не його регулювання на всіх рівнях управління. Важливо, щоб воно не тільки сприяло виникненню загальних умов розвитку системи господарства, а й здійснювало постійний вплив як на створення форм і структур, так і методів, що відповідають реалізації інтересів держави (регіону). У будівництві такий їх вплив проявляється через інфраструктуру галузі та регіону. Ситуація, що склалася на сьогодні у сфері будівництва (спад виробництва, зниження темпів розвитку, скорочення інвестиційної активності, нерозвиненість ринкової інфраструктури тощо) вимагає обґрунтованого підходу до вибору форм і методів державного регулювання з метою вирішення проблем управління будівельними підприємствами.

Необхідною передумовою розв'язання вищезазначених проблем є забезпечення удосконалення інституційно-правового регулювання та підвищення ефективності механізмів державного регулювання будівельної діяльності, що загалом сприятиме поліпшенню інвестиційно-підприємницького клімату у сфері будівництва. Серед першочергових завдань, які стоять перед органами державного регулювання у сфері будівництва є: по-перше, з одного боку спрощення та удоскона-

лення адміністративних процедур видачі дозвільної документації (скорочення часу на очікування дозволів, зниження витрат тощо), а з другого боку посилення контролю за дотриманням будівельних та екологічних норм будівельниками; по-друге, розширення можливостей для державно-приватного партнерства у процесі будівництва важливих соціально-економічних об'єктів; по-третє, розширення застосування фінансово-кредитних механізмів забезпечення будівництва та управління об'єктами нерухомості; по-четверте, розширення сфери застосування механізмів страхування для забезпечення захисту від ризиків, які притаманні галузі будівництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Марушева О.А. Державне управління механізмом нормативно-правового регулювання соціально-економічних відносин у будівництві: теоретичні засади. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 12. URL : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1304>
2. Гуштик Н. Державне управління в галузі будівництва: ретроспективний аналіз. Ефективність державного управління : 36. наук. праць. 2013. Вип. 37. С. 204-212.
3. Шутенко Л.М. Будівельна галузь як об'єкт державного регулювання. URL : <http://eprints.kname.edu.ua/29712/1/1.pdf>
4. Реформа в будівництві: треба змінювати всю систему. URL : <https://dt.ua/promyshliennost/reforma-v-budivnictvi-treba-zminyuvati-vsya-sistemu-.html>
5. Аналіз впливу державного регулювання на ефективність розвитку будівельної індустрії. Економіка : теорія та практика. URL : <http://www.ekonomikam.com/ecfins-485-1.html>
6. Мелко В. Галузь будівництва як об'єкт державного регулювання. Науковий альманах. Серія : Управління та адміністрування. 2016. Vol. 2 (II). С. 18-22. URL : https://eprints.oa.edu.ua/6215/1/Global_world_2_2006-18-22.pdf
7. Антикризове регулювання розвитку житлового будівництва. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Eir/2010_1/28-33.pdf
8. Козич О.М. Державне регулювання діяльності будівельної галузі України. Держава і ринок. URL : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-3/doc/4/04.pdf>
9. Мелко В.Л. Механізми державного регулювання страхової діяльності в будівельній сфері. Дис. к. з держ. управління. Спец. – механізми державного управління. Чернігів. 2017. 195 с.

РОЛЬ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

THE ROLE OF TAXATION POLICY OF THE STATE IN ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

У статті розглядаються питання щодо визначення ролі податкової політики держави в економічному розвитку країни. Проаналізовано динаміку змін в системі оподаткування, динаміку показників роботи ДФСУ та її територіальних органів, динаміку надходжень платежів до загального фонду державного бюджету, динаміку сплати до бюджетів податків, зборів та інших платежів. Розкрито особливості побудови податкової системи та передумови зростання обсягів тіньових потоків. Обґрунтовано напрями подальшої реформи у системі оподаткування в Україні.

Ключові слова: податкова політика, податкова система, податкове навантаження, структура оподаткування, фінансова політика, бюджетні видатки, надходження до бюджету, реформа, оптимізація, мінімізація, економічний розвиток.

В статье рассматриваются вопросы определения роли налоговой политики государства в экономическом развитии страны. Проанализирована динамика изменений в системе налогообложения, динамика показателей работы ГФСУ и ее территориальных органов, динамика поступлений платежей в общий фонд государственного бюджета, динамика уплаты в бюджеты налогов, сборов и других платежей. Рас-

крыты особенности построения налоговой системы и предпосылки роста объемов теневых потоков. Обоснованы направления дальнейшей реформы в системе налогообложения в Украине.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговая система, налоговая нагрузка, структура налогообложения, фискальная политика, бюджетные расходы, поступления в бюджет, реформа, оптимизация, минимизация, экономическое развитие.

The article deals with the question of determining the role of the tax policy of the state in the economic development of the country. The dynamics of changes in the taxation system, the dynamics of the performance indicators of the DFSU and its territorial bodies, the dynamics of payments receipts into the general fund of the state budget, and the dynamics of payment to the budgets of taxes, fees and other payments are analyzed. The peculiarities of the construction of the tax system and the preconditions for increasing the volume of shadow flows are revealed. The directions of further reform in the taxation system in Ukraine are substantiated.

Key words: tax policy, tax system, tax burden, tax structure, fiscal policy, budget expenditures, budget revenues, reform, optimization, shadowing, economic development.

УДК 336.226

Рудь М.М.

здобувач відділу макроекономіки та державного управління
Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Постановка проблеми. Останні десятиліття розвитку України свідчать про фінансово-економічну турбулентність. За висновками [1] «... перед державою постало складне і багатоаспектне завдання пошуку механізмів забезпечення технологічної модернізації економіки, посилення інституційної спроможності фінансових інститутів, створення фундаментальних основ для відновлення стійкої позитивної динаміки економічного розвитку». У положенні затвердженій Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» важливе місце відводиться податковій політиці, а від обґрунтованості рішень, щодо регулювання процесу оподаткування, залежить і інвестиційна активність, і обсяги «тінізації», і обсяг податкових надходжень до бюджету [2]. Тому, сьогодні вкрай важливим залишаються питання щодо реалізації податкової політики, яка б забезпечувала дієві передумови для процвітання економіки України.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У дослідженні проблематики впливу інструментів податкової політики на економічний розвиток країн вагомий внесок здійснено низкою науковців – З. Варналієм, А. Соколовською, А. Крисоватим, І. Чугуновим та іншими. Окремі напрями податкових реформ досліджували такі вчені, як: А. Гальчинський, М. Фрідман, В. Андрущенко

Л. Демиденко та ін. Розвиток податкової системи через євроінтеграцію і сьогодні досліджується: В. Ілляшенко, П. Мельник, Н. Коломієць, М. Рубан та ін. Здебільшого, праці вчених мають теоретичний характер. Вчені розглядають реформування податкової системи в залежності від розвитку національної економіки різних економік та різних країн і, з різними проблемами оподаткування. Тому, з погляду на відмінність поглядів, існує потреба подальших досліджень у цьому напрямі, оскільки, у сучасних умовах інституційної трансформації важливим є формування державної податкової стратегії в довгостроковій перспективі.

Постановка завдання. Мета роботи полягає у дослідженні ролі та місця податкової політики держави в економічному розвитку України

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічний розвиток країни залежить від таких факторів, як: інноваційна спроможність держави, інноваційно-технологічний уклад економіки, обсяги інвестицій, підприємницька активність, людський капітал, адміністративні бар'єри, рівень фінансового регулювання економіки, інфраструктура тощо. А також суттєву роль та великий вплив на розвиток економіки країни має і податкова політика. Погодимось із М. Рубан [1], що «...структуру оподаткування, можна розглядати як комбінацію

податкових ставок та баз окремих податків. Структура оподаткування чинить більш вагомий вплив на економічне зростання, аніж рівень оподаткування (частка податкових надходжень у ВВП), з огляду на те, що рівень оподаткування відображає вибір соціально-економічної моделі розвитку держави платниками податків відповідної країни». Але, на нашу думку, надмірний та не виважений рівень оподаткування може призвести до відтоку капіталу підприємств, знизити обсяги інвестицій, тому, що податкова система та розмір заробітної плати для багатьох є визначальними факторами, а співвідношення обсягу надходжень податків до ВВП не є кінцевим критерієм ефективності податкової політики. Податкове навантаження відіграє більш значущу роль.

Обсяг бюджетних видатків безпосередньо залежить від надходжень податків до державного та місцевих бюджетів, тому суспільство має визначитись, який обсяг державного регулювання соціального та економічного розвитку є найбільш для нього прийнятним. Так, серед найбільш розвинутих економік світу, які входять до ОЕСР (Організації країн економічного співробітництва та розвитку), за останнє десятиліття найнижчі показники рівня оподаткування – у Мексиці та Чилі (до 20,0%), найвищий – у Данії (47,0 %). Зазначене підкреслює важливість характеристики структури податкових надходжень, висвітлення аспекту її впливу на соціально-економічні процеси [1].

В. Танзі [3] зазначає, що «...під час формування податкової політики, важливу увагу варто приділяти питанням допустимого рівня перерозподілу ВВП через податкову систему та структури податкових надходжень у розрізі податків на доходи і прибуток та податків на споживання. Ці показники суттєвим чином впливають на індекси економічного розвитку у середньо- та довгостроковій перспективі. Водночас, основним завданням фіскальної політики держави є взаємоузгодження та координація податкової політики із бюджетною політикою у сфері видатків». За висновками І. Чугунова [4] «...країни з відкритим типом економіки під час формування податкової системи мають дослідити будову податкових систем інших країн, особливо тих, які є найбільшими конкурентами на ринках збуту товарів, оскільки податкова система використовується в сучасному глобалізованому світі як один із дієвих інструментів підвищення конкурентоспроможності. Крім того, недосконалість податкової системи приводить до виведення капіталу за межі держави, адже глобалізація дає змогу великим платникам податкам мінімізувати свої податкові зобов'язання». Тому можна дійти до висновку, що корінні зміни в системі оподаткування можливі тільки після вдосконалення бюджетної політики, втілення інституційних обмежень, наприклад, зростання видатків бюджету та

джерел фінансування. Країни Також необхідно значну увагу приділити питанню посилення якості роботи бюджетних інститутів та їх координації, а саме, реформуванню фіскального органу.

Країни із розвинутою економікою та члени ЄС опираються на пряме оподаткування, тобто найвище фіскальне значення має податок на доходи фізичних осіб, фіскальна ефективність якого прямо залежить від показника валового внутрішнього продукту на душу населення. Але, модель структури оподаткування адаптується до різних стадій економічного розвитку та не є універсальною. Для країн з економікою, що розвивається, характерною особливістю є превалювання податків на споживання у структурі системи оподаткування, податок на додану вартість є домінуючим із позиції формування надходжень до бюджету. Наприклад, в ЄС податки на споживання переважають у структурі бюджетних надходжень в таких розвинутих країнах, як Австрія, Франція, Чехія, а також у країнах, що розвиваються, таких як Польща, Литва, Естонія, Латвія, Болгарія, Словаччина, Угорщина. Заслугує на увагу тенденція до зростання ставок податку на додану вартість, загалом для країн ЄС за останні 15 років ставка збільшилась на понад 2 пункти та в середньому становить 21,6 %. Реалізація зазначеного супроводжувалась сукупністю компенсаторних заходів податкової політики щодо протидії наслідкам глобальної економічної рецесії [1].

Дійсно, можна стверджувати, що необхідно посилити фіскальну ефективність, забезпечити оптимальну структуру податкових надходжень з урахуванням інституційних особливостей економіки. У формуванні ефективної податкової політики держава повинна враховувати і фіскальні аспекти для формування відповідного обсягу доходів, і підприємницькі аспекти для задоволення усіх інтересів та забезпечення подальшого розвитку, і соціальні аспекти для формування відповідних обсягів доходів домогосподарств, і зовнішньоекономічні аспекти для забезпечення конкурентоспроможності держави на глобальному та регіональному рівнях з метою створення привабливих умов для залучення додаткового капіталу у вигляді інвестицій.

Для державної фіскальної служби (ДФС) України 2015 рік став початком усіх реформ та початком боротьби із «тіньовим» бізнесом. Наприклад, за даними [5] «...тільки у травні-серпні 2015 року до загального фонду надійшло 157,3 млрд. грн. платежів, зокрема, завдяки боротьбі з «тіньовим» бізнесом за рахунок «детінізації» зібрано в серпні 9,6 млрд. грн. ПДВ, що на 28 % більше плану та більше середньомісячних зборів з початку року (~ 7,5 млрд. грн.). Головними досягненнями боротьби з «тіньовим» бізнесом є: зупинка 22 контрагентів яких стягнуто

376 млн. грн.; вилучення підакцизної продукції на 416 млн. грн.; виявлення та вилучення на стадії реєстрації податкових накладних в ЄРПН на суму операцій 92,4 млрд. грн. (в т.ч. 20 % ПДВ); відшкодування по закінчених кримінальних провадженнях на суму 550 млн. грн.; затримання більше 4 т нелегального бурштину. Вперше за останні 3 роки відбулося зменшення суми заборгованості з невідшкодованого ПДВ».

На рисунку 1 наведено аналіз динаміки зміни основних показників, що характеризують взаємозв'язок податкового навантаження та рівня тінізації в країні.

За аналізований період обсяг податкового навантаження зменшився, а це зумовило зменшення частки податкових надходжень майже на 30 % за останні роки. Податкові надходження – це вагома стаття бюджетних доходів, а за відсутності зростання обсягу альтернативних джерел наповнення бюджету може негативно позначитися на фінансовій стабільності України. Ефективно побудована податкова політика держави за рахунок зменшення податкового навантаження, створення податкових преференцій може виступати ефективним інструментом в контексті мінімізації обсягів незаконного виведення коштів.

Особливості побудови податкової системи та передумови щодо зростання обсягів тінювих потоків:

1. Правові: недосконалість законодавства, незахищеність платників, нестабільність податкового законодавства.

2. Економічні: значна кількість податків; високі ставки оподаткування; нерівномірне податкове навантаження; нестабільна економічна ситуація в країні; суперечливість нормативних активів, зна-

чна кількість підзаконних актів. За даними Світового Банку [7] щодо легкості ведення бізнесу «...Україна займає 76 місце серед 190 країн світу». За даними PricewaterhouseCoopers [8], «...Україна входить до першої десятки країн з найскладнішою податковою системою в світі. За підрахунками експертів рівень податкового навантаження в Україні 44 %, у країнах Центральної та Східної Європи, що входять до ЄС, –30 %. За даними Світового банку Україна займає 91 місце серед 185 країн світу за кількістю податкових платежів, 154 – за рівнем податкового навантаженням, а за витратами часу на адміністрування податку – 171».

3. Адміністративні: недосконалість податкового контролю; розбіжності податкового та бухгалтерського обліку; неналежний рівень фахівців податкових органів; корумпованість; недовіра до влади.

За результатами дослідження PricewaterhouseCoopers, у 2018 році 48 % українських організацій постраждали від економічних злочинів та шахрайства, порівняно з 43 % у 2016. Хабарництво та корупція були одними із основних видів економічних злочинів, негативний вплив яких протягом останніх двох років відчули 73 % українських компаній, в той час як середньосвітове значення даного показника не перевищує 25 %. Відсоток операцій з шахрайства в сфері оподаткування та відмивання коштів перевищує 20 % в Україні та є набагато вищим за світове значення (5 та 8 % відповідно). Кожна третя українська компанія зазначила, що отримувала пропозицію дати хабара протягом останніх двох років. 23 % компаній очікують, що хабарництво та корупція буде найбільш суттєвим, з поміж інших видів економічних злочинів з точки зору фінансових збитків або інших наслідків у наступні два роки [8].

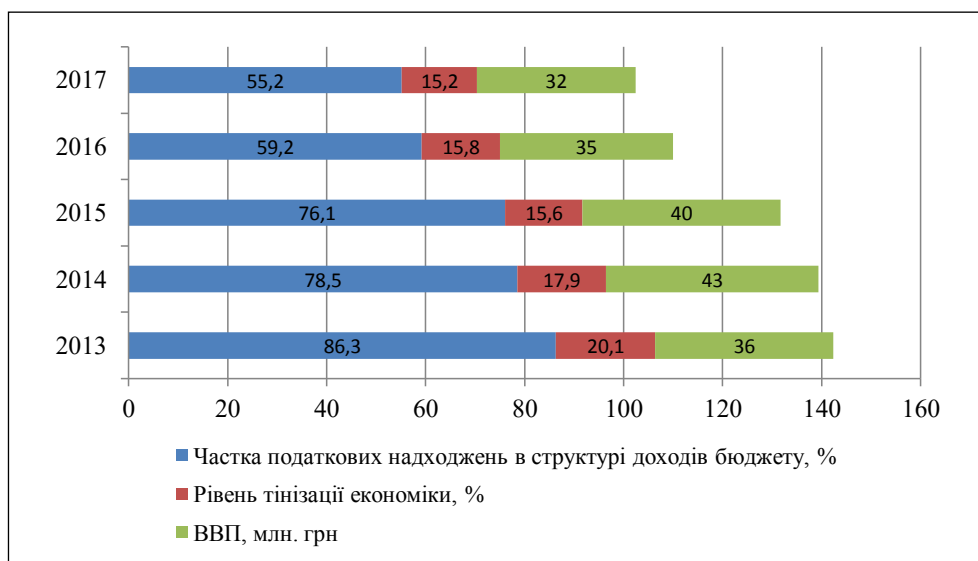


Рис. 1. Динаміка ВВП та рівень тінізації економіки України

Джерело: побудовано за даними [6]

Треба зауважити, що з 2015 року України зазнає корінних змін у реформуванні, а саме:

- розпочато глобальну адміністративну перебудову та затверджено План інституційних реформ. Тобто, структурні підрозділи формуватимуться за функціональними напрямками, що дозволить усунути дублюючі функції та підвищити ефективність роботи служби;

- затверджено нову структуру, яка передбачає скорочення кількості територіальних органів майже вдвічі, що зменшить бюрократичність процесів (на місцях залишаться тільки сервісні функції, а контролюючі перевірки будуть проводитися дистанційно, за допомогою електронних сервісів);

- розпочато скорочення штату та оновлення кадрів (у 2015 році звільнено 1397 працівників, призначено 548 нових керівників різного рівня, у тому числі 18 у центральному апараті, 371 у податкових органах, 104 особи у податковій міліції та 55 на митниці) [5];

- розпочато процес демілітаризації міліції, тобто створення Служби фінансових розслідувань;

- запроваджено новий інститут – Уповноваженого з питань підприємництва (податкового бізнесомбудсмена), що допоможе вести конструктивний діалог з бізнесом та краще зрозуміти системні проблеми взаємодії фіскальної служби та платників податків;

- розроблено Антикорупційна програма з комплексом заходів щодо запобігання і протидії корупції в органах ДФС;

- для спрощення адміністрування податків запроваджено Систему електронного адміністрування ПДВ, що зробить адміністрування ПДВ прозорим, унеможливити створення фіктивних податкових кредитів та «податкових ям»;

- погоджено нову форму спрощеної декларації про майновий стан і доходи фізичних осіб, в якій скорочено кількість додатків з 7 до 4, об'єднання звітності по ПДФО та військовому збору. Для юридичних осіб затверджено нові форми декларації з податку на прибуток підприємств: замість 5 форм на різні види діяльності – 1 декларація, а також скорочено кількість додатків з 14 до 9 [5];

- завершено роботу по наданню платникам податків можливості сплачувати ЄСВ за допомо-

гою електронних сервісів фінансових установ та систем онлайн-платежів та отримувати інформацію про зареєстровані/скасовані реєстратори розрахункових операцій на сайті ДФС.

- для скорочення часу митного оформлення та зняття навантаження на декларантів розпочато впровадження багатофункціональної комплексної системи «Електронна митниця».

Проаналізуємо динаміку змін після початку проведення процесу реформування в країні.

Динаміка показників роботи ДФСУ та її територіальних органів наведено (табл. 1).

З таблиці 1 бачимо, що у 2015 році до Зведеного бюджету України забезпечено на 38,1 % більше 2014 року, у 2016 році – на 28,0 % більше 2015 року, у 2017 році – на 26,7 % більше 2016 року, а у 2018 році – на 18,0 % більше 2017 року. Тобто збільшено надходжень до Зведеного бюджету з 2015 року, як року початку реформ, з 703,1 млрд грн. до 1179,4 млрд.грн.

Динаміка надходжень платежів до загального фонду державного бюджету наведено (рис. 2).

З рис. 2 можна побачити, що збільшено надходжень платежів до загального фонду державного бюджету та до місцевих бюджетів з 2015 року по 2018 рік майже у 2 рази, а надходження єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування збільшилося з 185,7 млрд.грн. до 228,0 млрд.грн.

ДФС та її територіальними органами з 2015 року було вжито комплекс заходів, спрямованих на забезпечення повноти нарахування та сплати до бюджетів податків, зборів та інших платежів, а також на виявлення та руйнування схем мінімізації податкових зобов'язань.

Динаміка сплати до бюджетів податків, зборів та інших платежів наведено (табл. 2).

Взагалі можна констатувати про позитивну динаміку реформування податкової політики держави.

Євроінтеграція для України – це поштовх для системних трансформацій та реформ. Економічне співробітництво в Об'єднаній Європі відбувається в умовах сформованої інституційної інфраструктури. Погодимось із авторами [13, с. 250; 14, с. 135], що «...без вирішення проблем, пов'язаних з коригуванням вітчизняної галузевої структури економіки, незначними обсягами інвестицій в інновації,

Таблиця 1

Динаміка показників роботи ДФСУ та її територіальних органів

Показники	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік	
	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
Зведений бюджет	703,1	100	774,6	100	981,7	100	1179,4	100
– ДФСУ	587,1	83,5	664,1	85,7	841,1	85,7	999,1	84,7
– інші джерела	116,1	16,5	110,5	14,3	140,6	14,3	180,3	15,3

Джерело: складено автором за даними [9-12]

масштабними тіньовим сектором і корупцією, а також високим рівнем безробіття, марно сподіватись на те, що ЄС буде зацікавлений в Україні як у новому члені».

Європейські країни спрощують прогресивний механізм справляння персонального податку, але не декларують цілковитої відмови від нього, активно сприяють інвестуванню та впровадженню новітніх технологій за допомогою пільг в оподаткуванні прибутку [13; 15, с. 138]. Переваги оподаткування ЄС: ліберальне податкове законодавство для малого бізнесу у більшості країн; наявність податкових пільг та знижок за умови прибутковості; адаптивне звільнення від оподаткування новостворених підприємств строком до 6 місяців; велика кількість вільних економічних зон; наявність декількох офшорних зон, які водночас є одними з найбільших у світі; спрощена процедура відносин з податковими органами – абсолютно весь документообіг проходить в електронному режимі [13; 16, с. 130].

Висновки з проведеного дослідження. Необхідним і вкрай важливим напрямом, щодо подальшої реформи у системі оподаткування в Україні, мають бути:

1. Налагодження електронного документообігу між господарюючими суб'єктами та фіскальними органами для зменшення витрачання часу через власний електронний кабінет.
2. Зменшення кількісних показників податкових ставок.
3. Модернізація системи електронного адміністрування ПДВ, що позитивно може вплинути на рівень адміністративних витрат та знизити тиск щодо оформлення податкової накладної ПДВ.
4. Зменшення податкового навантаження за рахунок поступового зниження ставок та розширення баз оподаткування.
5. Запровадження податкових стимулів та податкових пільг, звільнення від оподаткування прибутку, який спрямовується на інвестиції.

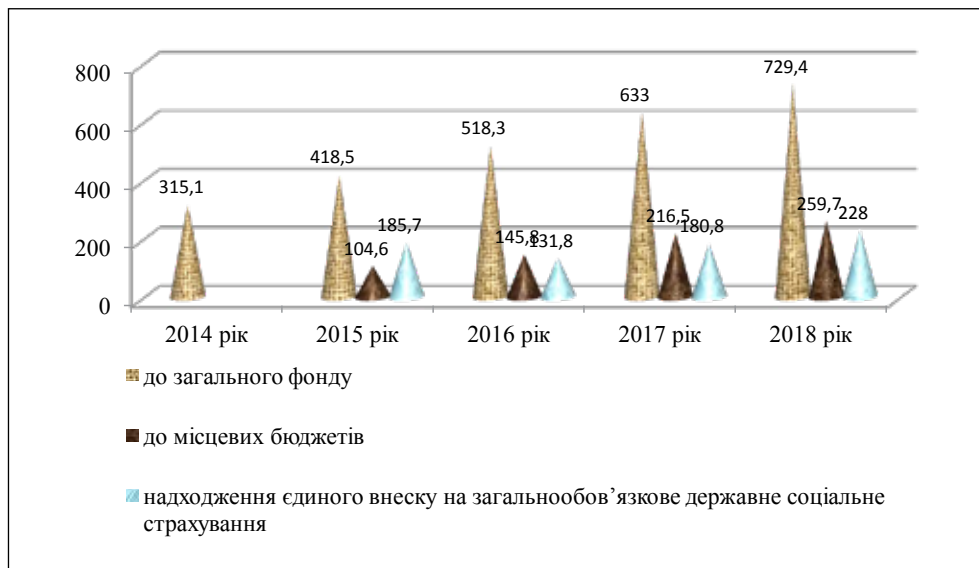


Рис. 2. Динаміка надходжень платежів до загального фонду державного бюджету

Джерело: складено автором за даними [9-12]

Таблиця 2

Динаміка сплати до бюджетів деяких податків, зборів та інших платежів від юридичних осіб, млрд.грн.

Показники	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Податок на додану вартість	80,7	107,4	148,5	183,5	210,8
Позитивні нарахування з ПДВ	90,7	113,4	140,09	163,20	208,9
Відшкодування ПДВ	43,3	68,4	94,4	120,1	131,7
Податок на прибуток	39,8	34,7	54,3	70,4	95,7
Частина чистого прибутку (доходу)	1,88	4,14	10,3	9,5	7,7
Акцизний податок	30,3	38,8	55,1	63,8	65,3
Надходження митних платежів	197,2	202,3	235,3	303,8	369,5
Надходження від корегування митної вартості	4,07	5,83	4,98	4,219	4,65

Джерело: складено автором за даними [9-12]

6. Завершення процесу створення контролюючої структури за ухиленням та сплатою податків, служби фінансових розслідувань.

7. Усунення розбіжностей між нормативно-правовими актами.

Пристосування до вимог євроінтеграції повинно мати характер поступових зрушень, спираючись на стабільність в країні. Оптимізаційні зрушення можливі за умови аналізування стану, визначення переваг та недоліків в оподаткуванні та зроблених відповідних висновків відносно негативного досвіду у фіскальній політиці країн ЄС. В результаті ефективних дій у фіскальній політиці стане можливе підвищення доходів держави, а також соціально-економічного розвитку суспільства. Завдяки оптимізації оподаткування в Україні стане можливим створення базису для зростання активності суб'єктів господарювання, зростання інвестиційної привабливості для ведення бізнесу, відновлення довіри між державою та платниками податків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рубан М. О. Податкова політика як інструмент регулювання економічного розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип.13. Ч. 2. С. 105-109.
2. Про Стратегію сталого розвитку "Україна – 2020". Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
3. Tanzi V. Fiscal policies in economies in transition / V. Tanzi. – Washington DC : International Monetary Fund, 2004. 359 p.
4. Чугунов І.Я. Бюджетний механізм регулювання економічного розвитку: монографія / за ред. І.Я. Чугунова. К.: НІОС, 2003. 488 с.
5. На шляху реформ. Державна фіскальна служба України. URL : <http://sfs.gov.ua/data/material/000/153/214278/Presentazia.pdf>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. «Doing Business – 2017: Economy Rankings», World Bank Group, available at: URL : <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine/>
8. PricewaterhouseCoopers. – Access mode: URL : <https://www.pwc.com/ua/uk/survey.html>.
9. ЗВІТ про виконання Плану роботи Державної фіскальної служби України на 2015 рік. Київ. 2016. 96 с.
10. ЗВІТ про виконання Плану роботи Державної фіскальної служби України на 2016 рік. Київ. 2017. 84 с.
11. ЗВІТ про виконання Плану роботи Державної фіскальної служби України на 2017 рік. Київ. 2018. 117 с.
12. ЗВІТ про виконання Плану роботи Державної фіскальної служби України на 2018 рік. Київ. 2019. 112 с.
13. Бондарук Ю. В. Важливі напрями оптимізації оподаткування України в умовах згоди з ЄС. Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property. 2017. Issue 16. С. 248-253.
14. Крисоватий А.І. Податкові трансформації в ЄС та податкова політика України в контексті євроінтеграції: моногр. / за ред. А.І. Крисоватого. Тернопіль: ТНЕУ. 2014. 236 с.
15. Крисоватий А.І., Коцук Т.В. Податкова гармонізація та національні особливості оподаткування високорозвинених країн. Економіка і прогнозування. 2009. № 4. С. 126-139.
16. Швець Ю.О., Завальнюк А.О. Податкові реформи в країнах ЄС: переваги, недоліки їх впровадження в податкову систему України. Європейський вектор економічного розвитку. 2016. № 2 (21). С. 126-134.

ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНУ ДИНАМІКУ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

THE FOREIGN INVESTMENTS' INFLUENCE ON THE GENERAL ECONOMIC DYNAMICS IN THE CONTEXT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS FORMATION OF UKRAINE

Здійснено оцінку впливу іноземних інвестицій на загальноекономічні процеси за період 2000-2017 рр. шляхом побудови економетричної моделі. Систематизовані основні проблеми іноземного інвестування в національній економіці та визначені можливості активізації залучення прямих іноземних інвестицій для розвитку України. Сформульовано та перевірено наукову гіпотезу про визначальний вплив іноземних інвестицій на загальноекономічні процеси в країні. Обґрунтовано висновок про доцільність селективного підходу до стимулювання іноземного інвестування національної економіки з метою захисту національних інтересів.

Ключові слова: іноземні інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційна привабливість, національна економіка.

Оценено влияние иностранных инвестиций на общеэкономические процессы за период 2000-2017 гг. с использованием эконометрической модели. Систематизированы основные проблемы иностранного инвестирования в национальной экономике и определены возможности активизации привлечения прямых иностранных инвестиций для развития Украины. Сформулированы и проверено научную гипотезу об определя-

ющем влиянии иностранных инвестиций на общеэкономические процессы в стране. Обоснован вывод о целесообразности селективного подхода к стимулированию иностранного инвестирования национальной экономики с целью защиты национальных интересов.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность, национальная экономика.

The impact of foreign investments on the general economic processes for the period 2000-2017 was estimated by constructing an econometric model. The main problems of foreign investment in the national economy have been systematized and the possibilities of intensifying the attraction of foreign direct investment for the development of Ukraine have been identified. The scientific hypothesis on the determining influence of foreign investments on the country's economic processes is formulated and tested. The conclusion about the feasibility of a selective approach to stimulate foreign investment of the national economy in order to protect national interests.

Key words: foreign investments, investment activity, investment attractiveness, national economy.

УДК 330:332; 338.2

Якушко І.В.

здобувач

Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Постановка проблеми. В умовах сьогодення, коли розвиток національної економіки, підвищення її конкурентоспроможності та досягнення економічного зростання забезпечується за рахунок інвестицій у нові технології та процеси комплексної модернізації країни, особливо гостро постають питання зміни пріоритетів інвестиційних інтересів основних суб'єктів економіки у контексті активізації інтеграційних процесів та доступу до глобальних потоків знань та розвитку високих технологій. До прикладу у структурі інвестиційних пріоритетів розвинених країн понад 60% складають інвестиції у нові технологічні процеси (аналогічний показник для національних пріоритетів інвестування не перевищує 12% та має тенденцію до зменшення [1, с. 11]. Таким чином, позитивним аспектом інтеграційних процесів у загальносвітових тенденціях без сумніву є зміщення акцентів в оцінці інвестиційної привабливості на користь високотехнологічних видів діяльності. Разом з тим, неконтрольовані потоки інвестицій без урахування внутрішньо національних інтересів в межах країни спроможні позбавити економіку країни важливих переваг у досягненні у довгостроковій перспективі конкурентоспроможності на світових ринках та втрати позицій навіть на внутрішньому ринку. Саме аспект пошуку науково обґрунтованого

компромісу між національними інтересами реципієнтів та конкурентними інтересами інвесторів дедалі більшої уваги набувають у наукових дослідженнях та стають однією з найбільш актуальних проблем розвитку економіки будь-якої країни, особливо з позицій розкриття питання формування її інвестиційної привабливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Понад півсторічне дослідження впливу інвестиційної діяльності на розвиток економіки в розвинених країнах дало змогу сформулювати достатній та ґрунтовний методологічний фундамент і отримати емпіричні докази важливості інвестицій для активізації позитивних структурних зрушень в національних економіках. В останні роки активних трансформаційних зрушень під впливом технологізації суспільного відтворення у більшості наукових досліджень увага концентрується на питаннях взаємозв'язку між інвестиціями та інноваційним розвитком, підтвердженням чому є низка ґрунтовних праць таких авторів як Ю. Багал [2] щодо інвестиційного характеру забезпечення реалізації інноваційної моделі розвитку та науково-технічних факторів економічного зростання; І. Одотюк [3] та В. Семиноженко [1] щодо важливості вагомих структурних трансформацій у системі сучасних відтворювальних процесів в економіці; О. Рогач [4]

в частині дослідження причин та наслідків міжнародного руху капіталу; В. Осецький [5], Д. Черваньов [6] у аспектах дослідження залежності інвестиційної діяльності та реалізації інвестиційних інтересів інвесторів у визнанні конкурентоспроможності національної економіки та багато інших дослідників.

Постановка завдання. Незважаючи на багатоаспектність наукових досліджень в сучасних наукових дискусіях переважає загальний підхід до дослідження ролі іноземних інвестицій в економічних процесах, тоді як низка питань щодо їх впливу та загальний перебіг економічних процесів у динамічному зовнішньому середовищі потребує постійної уваги та комплексної оцінки.

Метою даної роботи є оцінювання впливу іноземних інвестицій на загальноекономічні процеси в національній економіці з позицій компромісу інтересів між реципієнтом та інвестором для підвищення інвестиційної привабливості національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі розвитку кожна країна потребує залучення значного обсягу інвестицій для забезпечення розвитку та підвищення добробуту населення. В умовах дефіциту внутрішніх ресурсів, національна економіка потребує зовнішніх надходжень, серед яких найвагомішого значення набувають кошти іноземних інвесторів, які мають змогу стати рушійною силою для змін в економіці України в цілому. Проте варто зазначити, що для досягнення ефективності інвестицій важливого значення мають саме напрями їх вкладення. Тим самим, доцільно зробити наголос на тому, що вплив іноземних інвестицій на розвиток країни є важливим та актуальним в умовах сьогодення.

Незважаючи проголошення стратегічних напрямів, орієнтованих на науково-технологічне оновлення економіки України в рамках Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів, головною перешкодою до інноваційного зростання є низка проблем, невіршення яких сприятиме подальшій руйнації економічного підґрунтя розвитку країни: деформованість структури економіки країни, домінування низько технологічних галузей, незацікавленість внутрішніх інвесторів у нових технологіях, практично відсутній вплив держави на інвестиційні процеси в економіці та інші.

Відомо, що інвестиційні та інноваційні процеси в економіці тісно пов'язані між собою, адже інноваційний розвиток потребує залучення значних ресурсів. Відповідно, тенденція дефіциту внутрішніх джерел фінансування зумовлює об'єктивну необхідність у залученні зовнішніх, зазвичай у формі прямих іноземних інвестицій.

Вважається, що прямі іноземні інвестиції (ПІІ) свідчать про зацікавленість іноземного інвес-

тора на довготривалу перспективу діяльності, що передбачає володіння ним не менше 10% статутного капіталу, чим вони відрізняються від портфельних інвестицій [7]. Крім того, іноземні інвестори можуть приносити з собою управлінські ноу-хау, технології та мережі постачальників і покупців, а відтак підвищувати продуктивність та рентабельність підприємств із ПІІ. Така довгострокова зацікавленість інвестора у здійсненні ПІІ розглядається у більшості випадків підтвердженням високої інвестиційної привабливості країни. Україна у цьому контексті володіє значним потенціалом для залучення інвестицій: природні ресурси, сприятливі природні умови, висококваліфікована робоча сила тощо. Водночас, реальна роль ПІІ в економіці України значно менш зрозуміла.

Як засвідчують дані рисунку 1, характерною тенденцією 2010-2014 рр. є зростання обсягів прямих інвестицій в Україну. За даними офіційної статистики, інвестиції з України впродовж всього періоду складають меншу суму аніж інвестиції в Україну, а загальною тенденцією їх динаміки є тяжіння до зменшення. Найбільшого значення ПІІ досягли у 2014 р. (станом на 01.01.2014 р. цей показник склав 53704,0 млн. дол.), проте вже з наступного періоду простежується негативна тенденція зменшення обсягів залучення іноземних інвестицій в економіці України. Таке скорочення однаковою мірою пов'язане із знеціненням української гривні та збитками підприємств упродовж цих років, а також пояснюються складним становищем країни внаслідок нестабільної ситуації на Сході України та відсутності необхідних економіко-правових реформ, що суттєво позначається на інвестиційній привабливості країни.

Аналізуючи географічну структуру прямих іноземних інвестицій слід зазначити, що вона формується під впливом багатьох чинників, пов'язаних з загальною динамікою зовнішньоекономічних зв'язків та формуванням переліку країн-стратегічних партнерів. Згідно з аналізом країн походження ПІІ, більшість ПІІ заходять в Україну через великі фінансові центри та, ймовірно, походять із іноземних країн. Станом на 01.01.2018 року ПІІ в Україну з Великої Британії (6,2%), Німеччини (5,3%), Росії (2,5%), Франції (2,3%). Водночас, 20,2% ПІІ походили з Нідерландів, ще 28,3% – із Кіпру (рис. 2). На думку більшості експертів, така ситуація може означати, що лівову частину ПІІ складають «кругові ПІІ», які спершу були виведені з території України з використанням переваг офшорних юрисдикцій, а потім були спрямовані в Україну через фінансові центри, зокрема Кіпру. Разом з тим, не всі ПІІ в Україні слід ототожнювати з «круговими». Слід зазначити, що завдяки лояльному регулюванню та низьким податкам інвестори з інших країн також використовують великі фінансові центри у своїй діяльності.

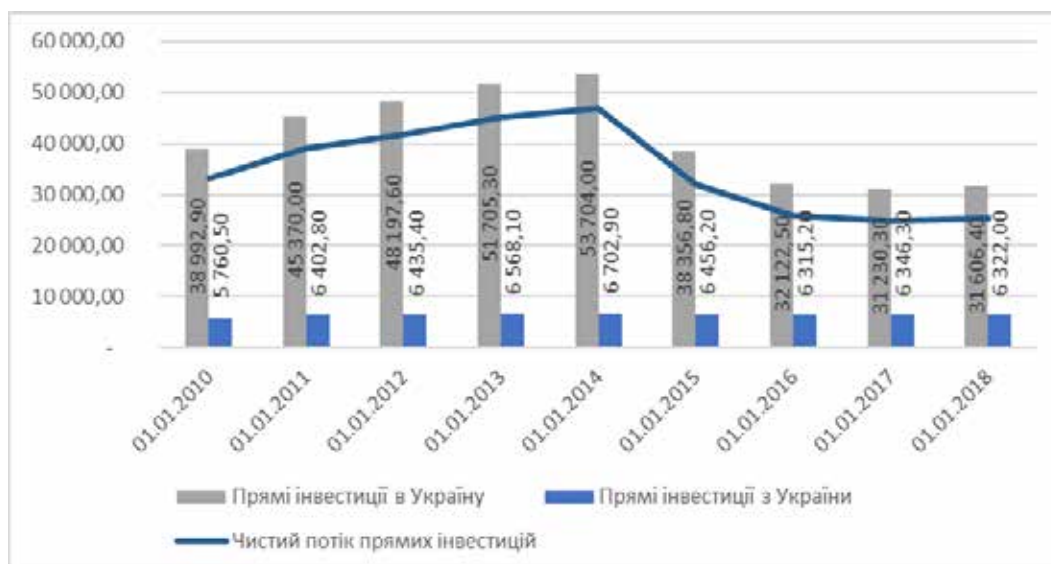


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій впродовж 2010-2018 рр., млн. дол. США

* Дані наведені без тимчасово окупованих та анексованих територій

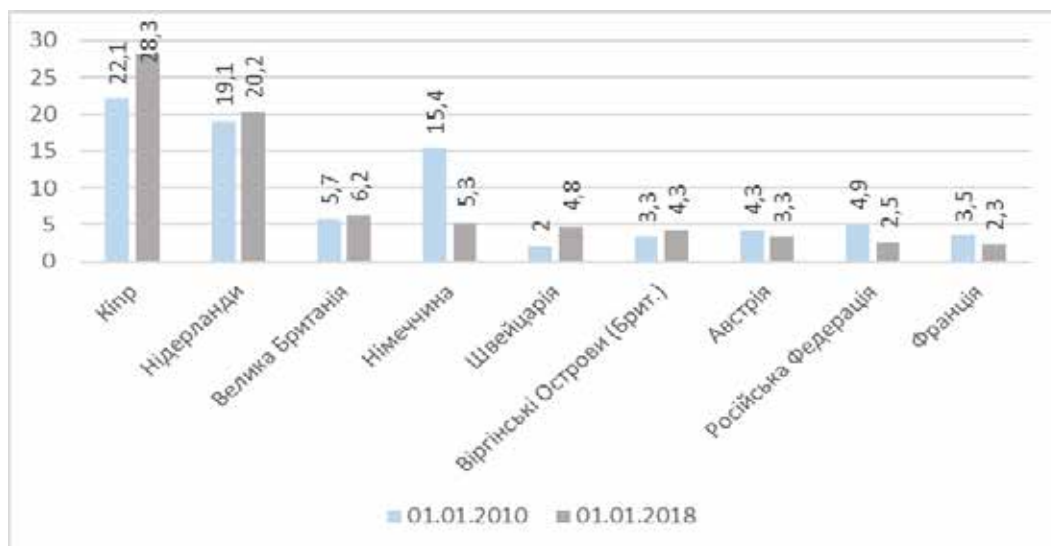


Рис. 2. Географічна структура прямих іноземних інвестицій 2010 р. та 2018 р. за найбільшими країнами-інвесторами, у % до загального обсягу

Проте, як засвідчують дані рисунку 2, обсяг ПІІ з ознаками офшорних юрисдикцій має зростаючу тенденцію. Так на 01.01.2010 р. загальний обсяг ПІІ з Кіпру, Нідерландів та Віргінських островів становив 44,5%, а вже на початок 2018 року – 52,8% загальних ПІІ в Україну.

Аналіз інтересів іноземних інвесторів щодо видів економічної діяльності (рис. 3) показує, що ПІІ зосереджені у промисловості (харчова, металургійна, виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції), торгівлі, операціях з нерухомим майном та фінансовій і страховій діяльності. За цими видами діяльності обсяги надходжень ПІІ є найбільшими і в цілому склали у 2010 р. 82,4% від загаль-

ного обсягу всіх ПІІ в Україну, а в 2018 р. 72,3%. Вочевидь, саме ці види діяльності забезпечують переваги в продуктивності праці та прибутковості діяльності. Однією з причин такої ситуації, може також бути зосередження в цих видах діяльності значної частки «кругових ПІІ», що в цілому може призводити до недооцінки реального економічного впливу ПІІ. У цьому контексті варто також відзначити, що попри залучаються ПІІ у високоприбуткові види економічної діяльності, вони не зміцнюють конкурентні позиції країни на світових ринках. Надмірні ПІІ у фінансовий сектор, торгівлю та ринок нерухомості, з одного боку, наповнюють фінансову систему обіговими коштами, але з іншого – не створюють умов для інтенсивного роз-

витку національної економіки. Така структура ПІІ не сприяє повній інтеграції України у глобальні ланцюги доданої вартості та є вагомою причиною низького відсотка експорту високотехнологічної продукції України серед країн світу – 7,2% промислового експорту країни. Невідповідність ПІІ національним потребам модернізації економіки, сприянню експорту високотехнологічної продукції призводить до закріплення на світовому ринку сировинної спеціалізації економіки країни, адже більш ніж половина загального обсягу виробленої промислової продукції припадає на сировинний, матеріальний та енергетичний сектори.

Для більш детального дослідження впливу іноземних інвестицій на загальний перебіг економічних процесів в Україні, доцільно скористатися методом кореляційно-регресійного аналізу, що дасть змогу підтвердити чи спростувати гіпотезу про важливість участі іноземних інвестицій у активізації загально-економічних процесів в національній економіці. З цією метою встановимо щільність зв'язку між двома варіантами результативних ознак (в даному випадку, Y_1 – обсяг ВВП на душу населення, у ПКС (дол. США), Y_2 – безробіття, загальна (% від загальної робочої сили, за модельованою оцінкою МОП) та факторними величинами x_1 – витрати на інновації промислових підприємств за кошти інвесторів-нерезидентів, млн. дол. США, x_2 – чисті інвестиції в нефінансові активи (% від ВВП) та x_3 – прямі іноземні інвестиції, чистий приплив (% ВВП).

З метою перевірки зазначеної гіпотези для застосування методу використаємо програмний пакет Microsoft Excel, а також статистичні дані за період 2000-2017 рр., розміщені на офіційному

сайті Державної служби статистики України та офіційних даних Світового банку (табл. 1).

Загальні підсумки проведеного аналізу з використанням пакету «Аналіз даних» представлено у табл. 2, табл. 3 та табл. 4.

Слід відзначити, що згідно з даними кореляційної матриці (табл. 2), мультиколінеарність між основними факторними величинами відсутня, що сприяє отриманню достовірних даних для перевірки сформульованої наукової гіпотези щодо впливу ПІІ на загальноекономічні процеси в Україні.

Результати проведеного кореляційно-регресійного аналізу щодо впливу основних варіантів залучення іноземних інвестицій на динаміку показника ВВП на душу населення, свідчать про порівняно незначний вплив іноземних інвестицій на загальну тенденцію макроекономічного зростання в Україні, що описано у даному розрахунку обсягом ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності у дол. США.

Наведені у таблиці 3 дані засвідчують, що при зміні обсягів іноземного інвестування за факторними ознаками x_1 та x_2 на 1 млн. дол США, обсяги ВВП на душу населення зменшуються. Таким чином, доцільно констатувати, що використання іноземних інвестицій як витрат на інновації промислових підприємств призводить, а також їх спрямування у чисті нефінансові активи не дає економіці країни бажано імпульсу для розвитку, що частково підтверджує «круговий характер» іноземного інвестування в національній економіці та неефективність використання цих ресурсів для реальних зрушень в економіці. Аналогічні процеси спостерігаємо і щодо впливу іноземного інвестування на зайнятість населення в Україні (табл. 4).

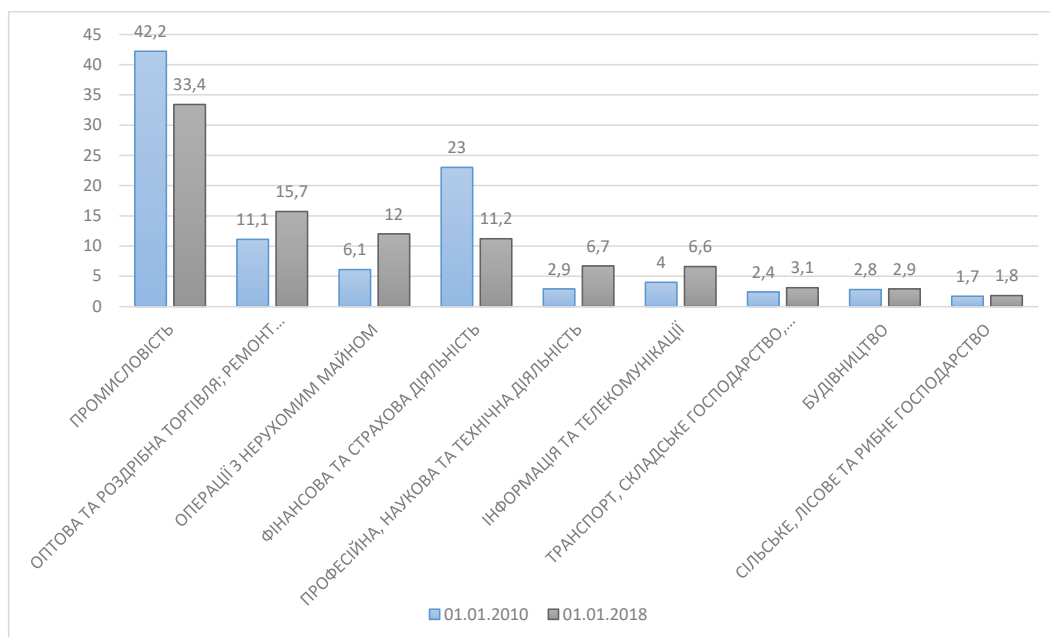


Рис. 3. Пріоритети ПІІ за видами економічної діяльності у 2010 р. та 2018 р., у % до загального обсягу ПІІ в Україні

Таблиця 1

Детермінанти визначення впливу ПІІ на загальний перебіг економічних процесів в економіці України впродовж 2000-2017 років

Роки	Витрати на інновації промислових підприємств за кошти інвесторів-нерезидентів, млн.дол.США (x1)	Чисті інвестиції в нефінансові активи (% від ВВП) (x2)	Прямі іноземні інвестиції, чистий приплив (% ВВП) (x3)	Обсяг ВВП на душу населення, у ПКС (дол.США) (Y1)	Безробіття, загальна (% від загальної робочої сили) (за модельованою оцінкою МОП) (Y2)
2000	24,48	1,37	1,90	3 817,51	11,71
2001	10,89	1,10	2,09	4 303,36	11,06
2002	49,58	1,35	1,64	4 646,84	10,14
2003	24,38	1,33	2,84	5 225,77	9,06
2004	21,13	1,51	2,65	6 062,09	8,59
2005	30,83	0,80	9,07	6 485,63	7,18
2006	34,89	0,76	5,21	7 227,73	6,81
2007	63,72	0,88	7,15	8 033,27	6,35
2008	21,19	0,80	5,95	8 423,70	6,36
2009	194,10	0,40	4,07	7 267,42	8,84
2010	303,90	0,57	4,74	7 664,40	8,10
2011	7,15	0,61	4,42	8 281,87	7,86
2012	124,49	0,60	4,65	8 481,78	7,53
2013	156,79	0,48	2,46	8 647,99	7,17
2014	11,67	0,23	0,63	8 710,75	9,27
2015	2,68	0,14	3,35	7 972,44	9,14
2016	0,92	0,63	3,69	8 289,71	9,35
2017	4,05	0,62	2,52	8 693,69	9,51

Таблиця 2

Кореляційна матриця перевірки наукової гіпотези

	x1	x2	x3	Y1	Y2
x1	1				
x2	-0,25747	1			
x3	0,139034	-0,11927	1		
Y1	0,175382	-0,79773	0,25618	1	
Y2	-0,24012	0,312221	-0,7276	-0,63494	1

Наведені у таблиці 4 дані засвідчують, що при зміні обсягів іноземного інвестування за факторними ознаками x1 та x3 на 1 млн. дол США, динаміка рівня безробіття лише погіршується. Таким чином, доцільно констатувати, що в ході такого використання потенціалу іноземних інвестицій нові робочі місця практично не створюються, а прагнення максимізувати власний прибуток лише створює створенню додаткової соціальної напруги в суспільстві, а отже не дає економіці стимулу до довгострокового розвитку.

У цьому контексті слід відмітити, що результати дослідження не лише спростовують гіпотезу про визначальний вплив іноземних інвестицій на економічний розвиток країни, але й дають змогу обґрунтувати висновок про недоцільність запровадження пільгових режимів іноземного інвестування, повніше відкриття внутрішнього ринку,

створення додаткових преференцій іноземним інвесторам, які все частіше обґрунтовуються у науковій літературі останніх років, зокрема у [10, с. 8] без чітких критеріїв спрямування цих ресурсів у визначені напрями, які б дійсно давали позитивні результати та використовували б іноземні інвестиції як важливий ресурс економічного зростання.

Висновки з проведеного дослідження. Іноземні інвестиції спроможні забезпечувати високий рівень використання сучасних інноваційних технологій, випуск конкурентоспроможної продукції, отримання передового і прогресивного досвіду стосовно функціонування світової ринкової економіки, повнішу інтеграцію національного товаровиробництва у світові економічні процеси. Разом з тим, для забезпечення відповідного рівня стимулювання інвестиційної діяльності необхідно створити ефективну систему їх залучення та вико-

Результати аналізу впливу іноземних інвестицій на динаміку обсягу ВВП на душу населення, у ПКС (дол. США)

Дисперсійний аналіз					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>Критерій Фішера (F)</i>	<i>Значимість F</i>
Регресія	3	30311101	10103700,29	9,270000375	0,001246586
Залишок	14	15259094	1089935,262		
Всього	17	45570195			
	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна похибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значення</i>	
Y-перетин	9230,88704	810,83003	11,38449086	1,8331E-08	
Змінна X 1	-1,027553446	3,1982304	-0,32128812	0,752738401	
Змінна X 2	-3238,014254	657,76799	-4,92273004	0,000224569	
Змінна X 3	131,9427194	122,35954	1,078319859	0,299120305	
Регресійна статистика					
Множинний R	0,815568444				
R-квадрат	0,665151887				
Нормований R-квадрат	0,593398719				
Стандартна похибка	1043,999647				
Спостереження	18				

Таблиця 4

Результати аналізу впливу іноземних інвестицій на динаміку рівня безробіття (% від загальної робочої сили) (за модельованою оцінкою МОП)

Дисперсійний аналіз					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>Критерій Фішера (F)</i>	<i>Значимість F</i>
Регресія	3	23,37955	7,793183	6,676471	0,005012
Залишок	14	16,34165	1,167261		
Всього	17	39,7212			
	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна похибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значення</i>	
Y-перетин	9,965992	0,839099	11,87701	1,07E-08	
Змінна X 1	-0,00169	0,00331	-0,50958	0,618282	
Змінна X 2	0,789163	0,680701	1,159339	0,26571	
Змінна X 3	-0,50304	0,126626	-3,97269	0,001388	
Регресійна статистика					
Множинний R	0,767197				
R-квадрат	0,588591				
Нормований R-квадрат	0,500432				
Стандартна похибка	1,080398				
Спостереження	18				

ристання в інтересах розвитку національної економіки. Саме окреслений аспект розгляду проблеми іноземних інвестицій дав змогу сформулювати та перевірити наукову гіпотезу про визначальність впливу іноземних інвестицій на динаміку економічного розвитку країни.

У ході дослідження було виявлено надмірні ПІІ у фінансовий сектор, торгівлю та ринок нерухомості, що в цілому характеризує відстороненість іноземних інвесторів від інтенсивного розвитку національної економіки. Така структура ПІІ не сприяє повній

інтеграції України у глобальні ланцюги доданої вартості та є вагомою причиною низького відсотка експорту високотехнологічної продукції України. Диференціація надходжень ПІІ в розрізі країн дала підстави підтвердити загальну тенденцію збільшення серед ПІІ «кругових» інвестицій, та обґрунтувати висновок про недоцільність застосування нерегульованих податкових преференцій без чіткого визначення умов залучення ресурсів іноземних інвесторів. Досвід України у цьому контексті ще у 1990-х років виявився негативним, що було

пов'язано зі зловживанням пільгами (ухилення від сплати податків, створення підприємств з надзвичайно малими розмірами інвестицій з метою одержання гарантованих державою податкових пільг) та появою псевдоінвесторів.

На підтвердження цієї позиції було проведено перевірку гіпотези про їх визначальний вплив іноземних інвестицій на економічні процеси в економіці України. Перевірка окресленої гіпотези не дала змоги підтвердити вагомість впливу іноземних інвестицій на позитивну динаміку ВВП на душу населення, у ПКС (дол. США) та скорочення загального рівня безробіття (% від загальної робочої сили, за модельованою оцінкою МОП). Це додатково посилює аргументованість існування серед ПІІ лівової частки «кругових інвестицій» повернутих через офшорні юрисдикції в національну економіку.

Таким чином, стан справ у сфері іноземного інвестування нині не відповідає необхідному відтворювальному рівню, що є своєрідним маркером інвестиційної політики, яка проводиться країною. Сьогодні необхідно змінити тактику та вживати активних заходів із залучення іноземних капіталів у створення конкурентоспроможної продукції, створення нових високотехнологічних виробництв та робочих місць, перегляд практики відшкодування ПДВ щодо експорту готової продукції з високим вмістом доданої вартості, створеної на території України, а також розробити низку подібних економічно вигідних для національної економіки та національних інтересів України заходів захисту добросовісної конкуренції на внутрішньому ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Семиноженко В.П. Структурна революція в економіці як категоричний імператив сучасної політики України. Інновації: проблеми науки і практики: монографія. Х.: Вид-во ІНЖЕК. 2006. С. 9-26.
2. Бажал Ю. М., Одотюк І.В. Інвестиційні ресурси та пріоритетні напрями інноваційного розвитку // В кн.: Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця. К.: Ін-т екон. прогнозів. Фенікс, 2003. С. 684-694.
3. Одотюк І.В. Технологічна структура промисловості України: реалії та перспективи розвитку. К., 2009. 304 с.
4. Рогач О. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій. К.: Либідь, 2005. 720 с.
5. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики. Монографія. К.: ІАЕ УААН, 2003. 412 с.
6. Черваньов Д.М., Нейкова Л.І. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України: Монографія. К.: Т-во "Знання", КОО, 1999. 514 с.
7. OECD Science, (2017). Technology and Industry Scoreboard 2017. URL: <https://www.oecd.org/sti/oecd-science-technology-and-industry-scoreboard-20725345.htm> (актуально на 15 березня 2018 р.)
8. Державна служба статистики України (2018). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. World Bank (2018). World Development Indicators database. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/>.
10. Табінський В.А., Барабаш Н.М., Білодід К.В. Стан інвестиційної діяльності в Україні. Економіка і суспільство. Випуск № 9. 2017. С. 3-8.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВИ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

STATE STRATEGIC ORIENTATIONS FOR ENSURING SUSTAINABLE AGRICULTURAL DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

В статті обґрунтована доцільність та формалізована змістовність удосконалення й активізації стратегічних орієнтирів державної політики сталого розвитку сільського господарства в умовах цифровізації. Визначена мета та напрями формування структурної державної політики сталого розвитку сільського господарства. Для формування стратегічних орієнтирів сучасної державної політики сталого розвитку сільського господарства було проведено пілотне обстеження у формі анкетування серед науковців, викладачів, державних службовців та представників сільського господарства.

Ключові слова: сільське господарство, сталий розвиток, державна політика, стратегічні цілі, структурна політика, цифровізація.

В статье обоснована целесообразность и формализованная содержательность совершенствования и активизации стратегических ориентиров государственной политики устойчивого развития сельского хозяйства в условиях цифровизации. Определена цель и направления формирования структурной государственной политики устойчивого развития сельского хозяй-

ства. Для формирования стратегических ориентиров современной государственной политики устойчивого развития сельского хозяйства было проведено пилотное обследование в форме анкетирования среди ученых, преподавателей, государственных служащих и представителей сельского хозяйства.

Ключевые слова: сельское хозяйство, устойчивое развитие, государственная политика, стратегические цели, структурная политика, цифровизация.

The article substantiates the expediency and formalizes the content of improving and intensifying the strategic guidelines of the state policy of sustainable development of agriculture in the context of digitalization. The purpose and directions of formation of structural state policy of sustainable development of agriculture are defined. In order to form strategic guidelines for modern state policy of sustainable agricultural development, a pilot survey was conducted in the form of a questionnaire among scientists, teachers, civil servants and representatives of agriculture.

Key words: agriculture, sustainable development, state policy, strategic goals, structural policy, digitalization.

УДК 338.43:330.34

Пінчук А.О.

к.е.н., доцент

Чернігівський національний
технологічний університет

Постановка проблеми. Сільське господарство в Україні перебуває у складних організаційно-економічних умовах невизначеності щодо параметрів інноваційності та державної політики стосовно регулювання його сталого розвитку. В сучасних умовах сформовано безліч регулятивних проблем в системі формування й розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу сільського господарства, засад становлення адаптивної моделі сталого розвитку сільського господарства в умовах цифровізації. За відсутності чіткого концептуально-методологічного бачення аналізу представленої проблеми, яка, безумовно, потребує вирішення, науковий пріоритет полягає у розробці стратегічних орієнтирів державної політики сталого розвитку сільського господарства. Виникла необхідність розробки комплексного національно-ідентичного підходу до вирішення проблеми виходу сільського господарства з інноваційної кризи, розробити адаптовану до українських реалій концепцію стратегічних дій держави у напрямку сталого розвитку, яка б враховувала також регіональні особливості. Це, на думку автора, з часом сприятиме формуванню такого типу взаємодії продуктивних сил і реалізації виробничих відносин, які несуть в собі підвалини прогресивності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В дослідженнях вітчизняних вчених-економістів, присвячених проблемам формування та реалізації державної політики сталого розвитку сільського господарства в умовах цифровізації національної економіки в більшій мірі досліджується стан речей, що склався в даній сфері і в меншій мірі надаються пропозиції з її удосконалення.

Управлінські аспекти формування та реалізації державної політики сталого розвитку сільського господарства розроблялися у працях: В. Борщевського, О. Дяченка, О. Манойленка, І. Мушака, А. Никифорова, В. Русана, П. Саблук, М. Скорик, А. Черепа, Т. Шестаковської та ін. [1-9].

Незважаючи на широкий спектр напрямів дослідження особливостей державної політики сталого розвитку сільського господарства, у працях зазначених учених практично не знайшли відображення питання розробки стратегічних орієнтирів державної політики сталого розвитку сільського господарства в умовах цифровізації національної економіки та їх результативності.

Постановка завдання. Мета статті полягає у обґрунтуванні науково-прикладних засад формування та реалізації стратегічних векторів державної політики сталого розвитку сільського гос-

подарства в умовах цифровізації національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сталий розвиток сільського господарства забезпечує відповідна державна аграрна політика, яка реалізується через інноваційно-інвестиційний розвиток виробничої діяльності. Сучасна аграрна політика – це сукупність науково-технічних, виробничих, управлінських, фінансово-збутових та інших заходів, пов'язаних із просуванням нової чи поліпшеної продукції на ринок в умовах цифровізації національної економіки; це складний і не позбавлений ризику процес, хід якого визначається вихідними науково-технічними, фінансово-інвестиційними, соціо-еколого-економічними передумовами [1].

У свою чергу, у ході формування та реалізації державної політики сталого розвитку сільського господарства варто враховувати його основні особливості [2-4]: по-перше, нееластична пропозиція землі та робочої сили, що спонукає до орієнтації інновацій на підвищення продуктивності землі, або продуктивності робочої сили; по-друге, для суб'єктів сільського господарства вирішальне значення при прийнятті рішень щодо стабілізації їхнього доходу, а не стабілізація цін на продукцію. Тому, поряд з інноваціями, орієнтованими на зниження внутрішніх питомих витрат, системно повинні впроваджуватися інновації у напрямку збільшення обсягів виробництва а, головне, орієнтовані на диверсифікацію останнього.

Так, на думку науковця П. Саблук, важливими напрямами державної політики сталого розвитку є: – у рослинництві (розроблення системи агротехнічних заходів поетапного освоєння раціональної структури посівних площ, розробка високоадаптивних сортів й гібридів з високим рівнем генетичного захисту від біотичних та абіотичних факторів відповідного середовища, розробка генетично запрограмованих сортів і гібридів заданої біологічної й господарської спрямованості, удосконалення технологій обробітку ґрунту, освоєння промислових біотехнологій; у тваринництві (, реструктуризація породного складу, нарощування та стабілізація поголів'я сільськогосподарських тварин, відродження вівчарства, створення державної системи селекції у тваринництві і птахівництві тощо) [5].

Структурно та логічно стратегічні цілі державної політики забезпечення сталого розвитку сільського господарства повинні відповідати Закону України «Про інноваційну діяльність» від 05.12.2012 р. № 40-IV, Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 05.12.2012р. № 3715- VI, Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 16.07.2019 р. № 848-VIII, Закону України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» від 16.01.2016 р. № 2623-III, Стратегії розвитку сільського господарства економіки на період до 2020 року, Концепції Державної

цільової програми розвитку сільського господарства економіки на період до 2020 року [6-8].

Тому держава повинна ініціювати розробку і активне впровадження в життя заходів щодо сталого інноваційного розвитку сільського господарства. У свою чергу, варто зауважити, що на сьогоднішній день ще не розроблено повноцінної структурної державної політики, спрямованої на подолання сукупності структурних деформацій в сільському господарстві у контексті цифровізації національної економіки. Структурна державна політика є одним з найбільш проблемних напрямів адже ставлення до неї є неоднозначним. Деякі науковці вважають, що структурна політика за своїм змістом є близькою до загальних заходів державного регулювання, інші розглядають як важливу складову частину соціо-еколого-економічної політики держави, адже структурність вирішення стратегічних завдань має зовсім інший якісний рівень.

Спираючись на проведений нами аналіз, а також цільові орієнтири державної політики сталого розвитку сільського господарства, кінцевою метою визначимо задоволення індивідуальних, суспільних та державних потреб й інтересів. Так як інтереси та потреби є неоднорідними, а швидше специфічними, головну мету структурної державної політики сталого розвитку сільського господарства поділимо на такі підцілі: 1) задоволення населення в продуктах харчування та забезпечення переробної промисловості сировиною; 2) підвищення конкурентоспроможності сільського господарства та забезпечення структурного маневру щодо пріоритетних підгалузей; 3) а сталий розвиток сільських територій та підвищення якості життя населення [9].

Досягнення поставлених цілей можливе тільки у разі обґрунтування й дотримання напрямків структурної державної політики, які мають охоплювати всі базові структурні зрізи аграрної сфери, ініціюючи і стимулюючи певні позитивні зрушення:

1. Галузева структура: стрімкий розвиток пріоритетних аграрних галузей, які є точками росту й забезпечують економічний прорив у контексті формування сприятливих умов для довгострокового сталого розвитку сільського господарства. Формування нових виробництв у відповідності до міжнародних прогресивних тенденцій. Підтримка розвитку унікальних національних виробництв у напрямку створення нових конкурентних переваг галузі. Створення альтернативних сільському господарству виробництв, які передбачають використання рекреаційного й культурно-історичного потенціалів територій.

2. Організаційно-економічна структура: Покращення співвідношення кількості прибуткових та збиткових підприємств. Підтримання багатокладності на селі. Стимулювання процесів реструктуризації та реформування аграрних підприємств,

підвищення їх результативності, зокрема шляхом стимулювання інноваційної активності, розвиток ринку консалтингових послуг, формування системи інформаційного забезпечення, доступність фінансово-інвестиційних ресурсів, сприяння процесам інтеграції.

3. Інституціональна структура: Врегулювання питань власності в сільському господарстві. Підтримка малого та середнього бізнесу. Створення рівних умов функціонування й одержання доходів, формування ефективного конкурентного середовища та взаємовигідних відносин між суб'єктами господарювання. Забезпечення адекватних пропорцій державної підтримки сільського господарства. Розвиток інститутів ринку сільськогосподарської продукції та сировини, праці і капіталу, формування інноваційної інфраструктури.

4. Територіальна структура: Прогресивний розподіл випуску продукції галузі по території країни. Вирівнювання межрегіональних рівнів соціально-економічного розвитку галузі.

5. Відтворювальна структура: Забезпечення оптимальних пропорцій у структурі факторів виробництва. Максимальне залучення в господарський оборот і підвищення ефективності використання природних, матеріальних та людських ресурсів на основі посилення мотиваційних механізмів розвитку, інноваційно-інвестиційної діяльності, ресурсозберігаючої політики, підтримка «зеленої» економіки та ін.

6. Науково-технологічна структура: Перехід на інноваційний шлях розвитку, технічна й технологічна модернізація галузі.

7. Структура зовнішньоекономічних зв'язків: Прогресивні зміни структури імпорту й експорту в галузі. Максимально можливе задоволення попиту населення на продовольчі товари за рахунок власних ресурсів та активізація процесів імпортозаміщення. Формування пріоритетів та інструментів зовнішньоекономічної аграрної політики [9-11].

Для формування стратегічних орієнтирів державного регулювання сталого розвитку сільського господарства нами було проведено пілотне обстеження шляхом анкетування науковців, викладачів, державних службовців і представників сільського господарства (рис. 1.), в Дніпропетровській, Харківській, Запорізькій, Чернігівській та Полтавській областях. Розроблена нами анкета "Оцінка результативності державного регулювання сталого розвитку сільського господарства" вміщує 12 запитань і є анкетною змішаного типу (включає запитання відкритого і закритого типу).

Структурно анкету сформовано так, щоб максимально включати думку всіх можливих респондентів щодо проблем і пріоритетів державного регулювання сталого розвитку сільського господарства України, які, в свою чергу, повинні гарантувати практичну результативність рекомендацій, отриманих нами, як результат проведених досліджень.

Відповідь на перше запитання "Як Ви оцінюєте інструменти державного регулювання сталого розвитку сільського господарства в Україні?" показала, що 67 % респондентів вважає стан державного регулювання у досліджуваній сфері незадовільним (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка респондентами дієвості інструментів державного регулювання сталого розвитку сільського господарства в Україні

Варіанти відповідей	Розподіл відповідей, %
Відмінно	3
Задовільно	25
Незадовільно	67
Важко оцінити	5

Визначення проблем сталого розвитку, їх структури, гостроти та вагомості є важливим кроком при

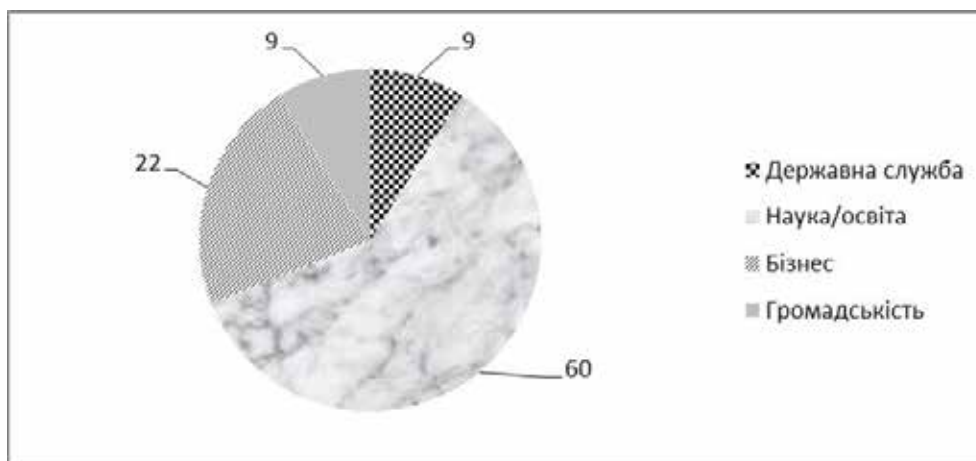


Рис. 1. Структура респондентів за своєю професійною діяльністю, %

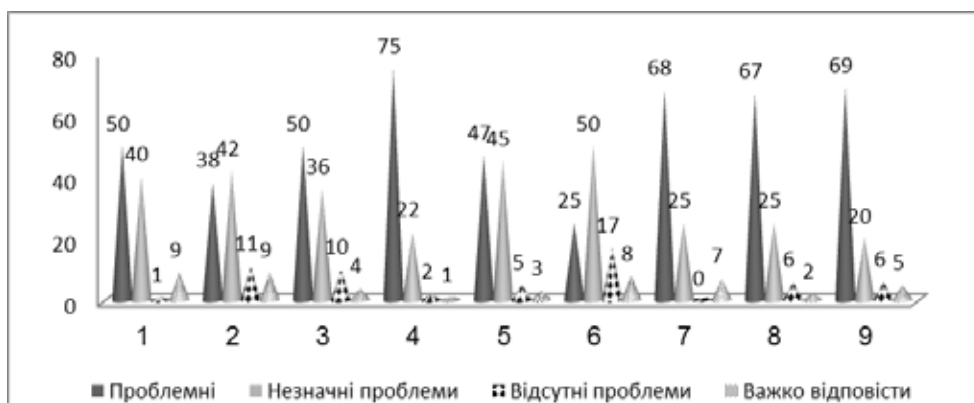
формуванні стратегічних орієнтирів державного регулювання. Кожна проблема обумовлена цілою низкою накопичених причин й обставин, які перетворили їх з потенційних на реальні. Для визначення джерел виникнення проблем сталого розвитку сільського господарства респондентам було запропоновано оцінити складові, які найбільше впливають на їх виникнення (табл. 2).

Таблиця 2
Оцінка впливу складових державного регулювання на сталий розвиток сільського господарства

Місце	Складова державного регулювання	до всіх опитаних, %
1	Політична	53
2	Грошово-кредитна	23
3	Правова	20
4	Бюджетно-податкова	26
5	Тіньова	27
6	Виробнича	23
7	Соціальна	23
8	Відносини власності	27
9	Зовнішньоекономічна	33

Перше місце серед найвпливовіших і визначальних джерел посіла політична складова, що віддзеркалює ускладнення суспільно-політичного стану в країні. При визначенні рівня деструктивного впливу можливих проблем державного регулювання сталого розвитку галузі респондентами було встановлено (рис. 2) найбільш проблемні: занепад виробництва, відсутність ефективної системи відтворення виробничого потенціалу; високий рівень політичного протистояння, негативний його вплив на розвиток; корумпованість економіки та руйнування національного багатства шляхом вивозу і відпливу за межі країни матеріальних, фінансових ресурсів, інтелектуального й людського потенціалу.

Причини, які мають високий вплив на занепад сільського господарства розглянуто на рис. 3. Серед них респонденти відмітили такі, як використання застарілих технологій, зношених фондів та застосування екологічно шкідливих технологій; незадовільний обсяг інвестиційного забезпечення та недосконала фінансово-кредитна система, а також звуження внутрішнього ринку збуту сільськогосподарської продукції, втрата доступу на зовнішні ринки та диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію.



1. Низька ефективність регулювання
2. Неefективність міжгалузевих економічних відносин та фінансового регулювання
3. Розбалансованість внутрігосподарських і міжгалузевих взаємовідносин
4. Занепад виробництва, відсутність ефективної системи відтворення виробничого потенціалу
5. Відсутність чіткої стратегії приватизації, невикористання її можливостей для інвестування
6. Низький рівень соціальної орієнтації економіки
7. Корумпованість економіки
8. Руйнування національного багатства, шляхом вивозу та відпливу за межі України матеріальних, фінансових ресурсів та інтелектуального і людського потенціалу
9. Високий рівень політичного протистояння, негативний його вплив на економічний розвиток

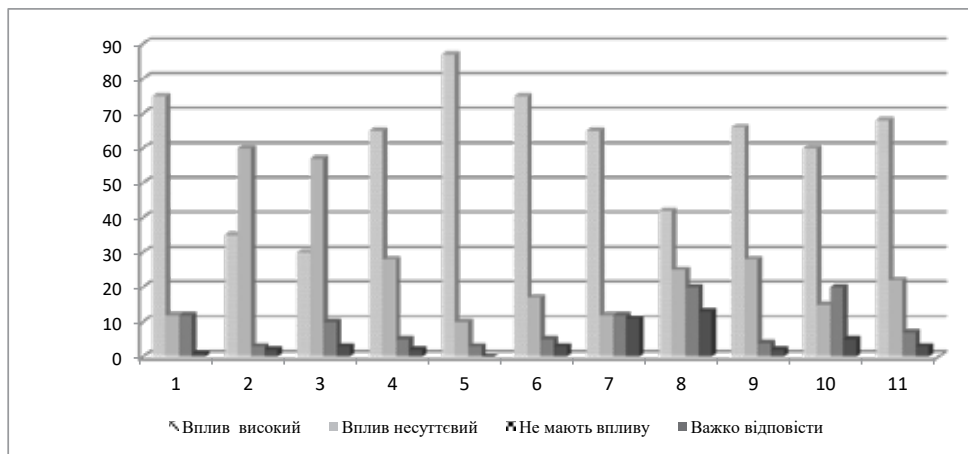
Рис. 2. Ступінь прояву проблем державного регулювання розвитку сільського господарства України

Розглядаючи можливі причини й загрози респонденти відмітили, що суттєвими з них, які мають істотний вплив на розвиток сільського господарства є: руйнування соціальної інфраструктури, негативні наслідки економічної кризи та втрата мотивації до продуктивної праці, низький рівень життя населення сільської місцевості, неефективність політики доходів.

Визначення чинників, які можуть сприяти забезпеченню сталого розвитку сільського господарства (табл. 3) дозволяє сформулювати пріоритетні напрями та стратегічні орієнтири державного

регулювання забезпечення сталого розвитку сільського господарства в Україні.

Так як сталий розвиток сільського господарства потребує інституційного забезпечення, у рамках анкетування респонденти відповідали на питання про потребу створення спеціальної організаційної структури, яка не тільки буде здійснювати формування системи заходів для сталого розвитку сільського господарства, а й моніторинг їх реалізації. Отже, більшість респондентів вважають, що необхідно створити певну організаційну структуру, яка буде відповідати за сталий розвиток сільського



1. Незадовільний обсяг інвестиційного забезпечення
2. Зростання витрат виробництва
3. Недосконала структура виробництва
4. Руйнування переробних підприємств
5. Використання застарілих технологій, зношених фондів та застосування екологічно-шкідливих технологій
6. Недосконала фінансово-кредитна система
7. Обмежені можливості вигідного збуту
8. Відсутність сформованих оптово-роздрібних ринків, обслуговуючих кооперативів
9. Звуження внутрішнього ринку збуту сільськогосподарської продукції, втрата доступу на зовнішні ринки
10. Вузький платоспроможний попит сільськогосподарських підприємств на товари виробничого призначення

Рис. 3. Оцінка впливу причин на занепад сільського господарства в Україні

Таблиця 3

Рейтинги чинників, які можуть сприяти забезпеченню сталого розвитку сільського господарства в Україні

Рейтинг	Чинник	% відповідей
1	Запобігання виникнення економічних загроз в аграрній сфері	43
2	Удосконалення нормативно-правової бази	34
3	Реалізація програм розвитку сільських територій	33
4	Вдосконалення фінансово-кредитної системи	30
5	Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств	30
6	Створення сприятливого інвестиційного клімату	27
7	Розробка державних програм (стратегій)	27
8	Створення умов сталого економічного розвитку	23

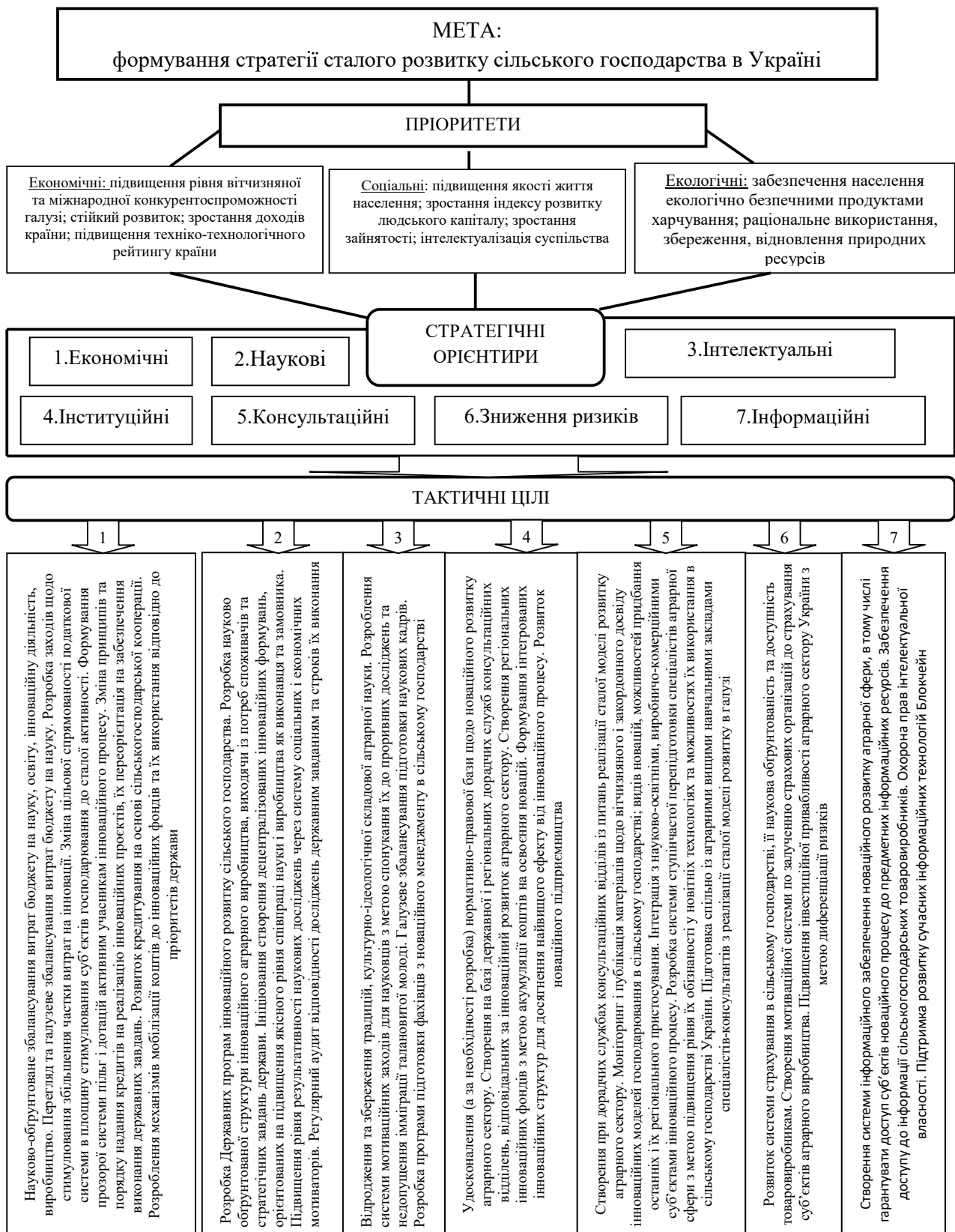


Рис. 4. Ключові стратегічні та тактичні орієнтири державного регулювання забезпечення сталого розвитку сільського господарства України в умовах цифровізації національної економіки*

господарства. В цілому, за результатами анкетування нами визначено вагомість та гостроту проблем державного регулювання сталого розвитку сільського господарства.

Тобто державне регулювання сталого розвитку сільського господарства полягає в забезпеченні значних структурних зрушень в економіці, техніці чи технологіях. Реалізація такої політики передбачає: матеріально-фінансове забезпечення довгострокових програм сталого розвитку науково-технічної інфраструктури (лабораторій, інноваційних наукових центрів); розробка механізму фінансування нововведень, які є ризикованими; реалізація науково-технічних програм; задоволення стратегічних і соціальних суспільних потреб тощо [7]. Отже, реалізація механізму державного регулювання забезпечення сталого розвитку сільського господарства виражається у розробці нормативно-правової бази, орієнтованої на активізацію інноваційно-інвестиційної діяльності в галузях (рослинництві та тваринництві), розробку і здійснення інноваційно-інвестиційної політики, підтримку інформаційно-аналітичного середовища та передбачає комплекс взаємопов'язаних стратегічних цілей та заходів (рис. 4).

Впровадження визначених стратегічних орієнтирів сприятиме реалізації задекларованих принципів розвитку країни на інноваційних засадах; наблизить та поєднає в цілях і завданнях освіту, науку і сільське господарство, забезпечивши таким чином синергетичний ефект від їх тісної взаємодії; сприятиме відновленню та гармонізації екологічного середовища; сформувати засади для переходу сільського господарства України із шляху наздоганяючого розвитку на шлях випереджувального; забезпечить значне підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на міжнародному ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, важливою умовою для ефективної державної політики сталого розвитку сільського господарства є реалізація спеціальної концепції та поточних програм, у тому числі за кожним напрямом, а також з фінансовим забезпеченням ґрунтуючись на визначених автором стратегічних й тактичних цілях. Результатом ефективної реалізації державної політики сталого розвитку сільського господарства є: покращення взаємодії між соціально-економічними факторами та інститутами інноваційної інфраструктури, сформоване сприятливе для інноваційної діяльності середовище; підвищення інноваційної активності не лише в частині розробки, але й комерціалізації інновацій; розробка спільних із зарубіжними науковцями дослідницьких проєктів; сформована мережева структура інноваційних компаній та кластерів в аграрному секторі; розвинені техніко-технологічні можливості вітчизняних аграрних суб'єктів господарювання, у стратегічній перспективі; результативне фінансування фундаментальних і прикладних досліджень.

Подальший розвиток сільського господарства в Україні можливий лише на основі ефективної інноваційно-інвестиційної політики держави. Тобто, сільське господарство в Україні має потенційні можливості для поліпшення своїх конкурентних позицій на міжнародному ринку, однак для їх зміцнення державі необхідно здійснити ряд заходів: сформувати соціально-економічну і політичну підтримку суб'єктів сільського господарства, які використовують наукоємне обладнання та нові технології; забезпечити формування й розповсюдження мережі інноваційних фондів для підтримки інноваційного бізнесу на різних рівнях; зорієнтувати необхідну цільову допомогу на реалізацію інноваційних проєктів за конкретними напрямами розвитку сільського господарства; активізувати податкові пільги для підприємств-виробників інноваційної продукції, що дозволить збільшити фінансові ресурси для реалізації інноваційних проєктів й інноваційної програми бізнесу; чітко визначити напрями законодавчого забезпечення щодо фінансування та сформувати механізм підтримки малого інноваційного підприємництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Щуревич Л.М. Інноваційні перспективи в розвитку сільського господарства в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 10. С. 101-105.
2. Манойленко О.В. Управління інноваційними процесами: формування методичного підходу до подолання бар'єрів розвитку. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики*. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2013. С. 139–158.
3. Никифоров А. Є. Інноваційна діяльність: теорія і практика державного управління : монографія / А. Є. Никифоров. К.: КНЕУ, 2010. 420с.
4. Shestakovska T. FinTech business and prospects of its development in the context of legalizing the cryptocurrency in Ukraine. *The Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine*. 2018. 5. pp. 77-89.
5. Саблук П. Т. Інноваційна модель розвитку сільського господарства економіки України та роль науки в її становленні. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2011. № 2. С. 200-208.
6. Стратегія розвитку сільського господарства економіки на період до 2020 року. Схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2013 р. № 806-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-p>.
7. Концепція Державної цільової програми розвитку сільського господарства економіки на період до 2022 року: проєкт. URL: <http://minagro.gov.ua/node/16822>
8. Череп А. В. Управління інноваційними процесами на підприємстві: сучасні підходи та перспективи. *Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць*. 2014. № 4. С. 43–46.
9. Потенціал розвитку і перспективи відродження сільських територій в умовах сучасних реформ: науково-аналітична доповідь/ під ред. В. Борщевського. Львів, 2017. 43 с.

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 *убезпечить 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 29
Частина 1

Коректура • *Ю. Никитенко*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 18,59. Ум. друк. арк. 19,53.

Підписано до друку 27.06.2018. 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.