ISSN (ONLINE): 2518-1971

НАУКОВО-
ПРАКТИЧНИЙ
ЖУРНАЛ

СХІДНА ЄВРОПА:
ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

13` 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ»

СХІДНА ЄВРОПА:
ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

Електронне наукове фахове видання

Випуск 2 (13) 2018

Дніпро

2018

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Голова редакційної ради:

***Большаков Володимир Іванович**, доктор технічних наук, професор, академік АН ВШ України, дійсний член Академії будівництва України, заслужений діяч науки та техніки України, ректор Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

Головний редактор:

***Верхоглядова Наталя Ігорівна**, доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

Заступник головного редактора:

***Фісуненко Павло Анатолійович**, кандидат економічних наук, доцент, декан економічного факультету, доцент кафедри обліку, економіки та управління персоналом підприємства Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

Відповідальний секретар:

***Макарова Ганна Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, економіки та управління персоналом підприємства Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

Члени редакційної колегії:

***Білоконь Анатолій Іванович**, доктор технічних наук, професор, декан будівельного факультету, професор кафедри технології будівельного виробництва Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Божанова Вікторія Юріївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, управління проектами та логістики Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Вечеров Валерій Тимофійович**, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, управління проектами та логістики Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Євсєєва Галина Петрівна**, доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри українознавства Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Залунін Володимир Федорович**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку, економіки та управління персоналом підприємства Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Іванов Сергій Володимирович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів і маркетингу Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Каховська Олена Володимирівна**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку, економіки та управління персоналом підприємства Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Левчинський Дмитро Львович**, доктор економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри кафедри обліку, економіки та управління персоналом підприємства Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Орловська Юлія Валеріївна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Пашкевич Марина Сергіївна**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки підприємства Державного вищого навчального закладу «Національний гірничий університет».*

***Поповиченко Ірина Валеріївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, управління проектами та логістики Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Семенов Андрій Григорович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства Класичного приватного університету.*

***Трифонов Іван Володимирович**, доктор технічних наук, доцент, професор кафедри технології будівельного виробництва Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».*

***Шапошников Костянтин Сергійович**, доктор економічних наук, професор, директор Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій.*

***Andrzej Gwiżdż**, професор**,** завідувач кафедри економіки Вищої школи бізнесу Національного університету Луіса (м. Новий Сонч, Польща).*

***Stanislava Sokolowska**, професор, доктор філософії, декан економічного факультету Опольського державного університету (м. Ополе, Польща).*

***Sébastien Menard**, доцент, доктор філософії, Факультет права, економіки та управління, Університет міста Ле-Ман (м. Ле-Ман, Франція).*

***Ulian Galina**, доктор економічних наук, професор, декан факультету економічних наук Молдавського державного університету (м. Кишінів, Молдова).*

Видання входить до «Переліку електронних фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі Наказу МОН України від 16 травня 2016 № 515 (Додаток 12).

Рекомендовано до поширення в мережі інтернет Вченою радою ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
(Протокол № 9 від 27 березня 2018 р.)

Сайт електронного видання: www.easterneurope-ebm.in.ua

ISSN (Online): 2518-1971

© ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», 2018

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.8

ІСТОРИЧНІ ВІХИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КАПІТАЛУ

THE HISTORICAL STUDY OF THE ECONOMIC ESSENCE OF THE CONCEPT OF CAPITAL

Любохинець Л.С.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Хмельницький національний університет

Мейш А.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Хмельницький національний університет

Касько В.О.
студентка,
Хмельницький національний університет

У статті досліджено економічну сутність та зміст категорії «капітал». Проведено історичний екскурс у вивчення даної категорії, розглянуто еволюцію поглядів на її трактування різними вченими-економістами – від авторів класичної економічної думки до формулювань учених-економістів XXI століття. Наведено основні характеристики, що визначають особливості застосування категорії «капітал» виходячи безпосередньо з практичної та багатоаспектної площин.

Ключові слова: *капітал, матеріально-речовий зміст капіталу, структура капіталу, фінансові ресурси, види капіталу.*

В статье исследованы экономическая сущность и содержание категории «капитал». Проведен исторический экскурс в изучение данной категории, рассмотрена эволюция взглядов на ее трактовку различными учеными-экономистами – от авторов классической экономической мысли к формулировкам ученых-экономистов XXI в. Приведены основные характеристики, определяющие особенности применения категории «капитал» исходя непосредственно из практической та многоаспектной плоскостей.

Ключевые слова: *капитал, материально-вещественное содержание капитала, структура капитала, финансовые ресурсы, виды капитала.*

The article examines the economic essence, and the content of the category "capital". A historical excursion into the study of this category has been made, the evolution of views on its interpretation by various economists has been considered – from the authors of classical economic thought to the formulation of the 21th century economists. The main characteristics defining the application of the category "capital" are given, proceeding directly from the practical and multidimensional plane.

Key words: *capital, material-material content of capital, capital structure, financial resources, types of capital.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Капітал є одним із найважливіших понять функціонування та розвитку економічної системи. Він посідає головне місце в системі розподілу і перерозподілу, а також споживання матеріальних благ, тому що саме йому належить ця функція. Впродовж багатьох століть науковці трактують поняття «капітал» як складну, неоднозначну категорію, еволюція якої відобразила історичний процес розвитку суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Економічна

категорія «капітал» досліджувалася багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими, серед яких: К. Маркс, А. Маршал, Д. Рікардо, У. Петі, П. Самуельсон, А. Сміт, І. Фішер, Д. Хікс, І. Туган-Барановський, М. Міллер, Ф. Модільяні, В. Базилевич, І. Бланк, Ю. Воробйов, О. Стоянова, І. Балабанов І. Лук'яненко, І. Школьник та ін. Але тема капіталу залишається актуальною в процесі динамічного розвитку економіки.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Мета статті – дослідити й узагальнити позиції вчених щодо трактування такої складної, багатоаспектної категорії, як «капітал», висвітлити і систематизувати підходи до визначення сутності капіталу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Економічна категорія «капітал» давно привертала до себе увагу. Спроби пояснити джерела збагачення держави, окремих осіб або прошарків суспільства штовхали вперед розвиток економічної науки, тому визначення змісту цієї категорії пов'язане з утвердженням і розвитком політичної економії як науки. Спочатку виникла потреба пояснити джерела збагачення держави. Перша відома в історії розвитку економічної науки школа меркантилістів вважала джерелом збагачення торгівлю, особливо із заморськими державами. Успіхи в зовнішній торгівлі вимагали сприяння держави у вигляді митних законів, а інколи й фінансової підтримки. Тому багатство і капітал тривалий час ототожнювалися і поставали основою та втіленням могутності, якою могла володіти тільки державна влада. Але в неї на той час були обмежені можливості володіти багатством: це могло бути або пограбування власного народу, або завоювання чужого майна в інших країнах.

Суспільство, що розвивалося, поступово стало переключати свою увагу на землеробство, котре збільшувало кількість продукції для торгівлі і отримання багатства. Це дало змогу зробити досить важливий для економічної науки крок уперед: багатство можна виробляти самостійно, не використовуючи зовнішньої торгівлі. Такі представники школи фізіократів, як Ф. Кене, А. Тюрго, джерелом багатства вважали вже виробництво, до того ж не будь-яке, а тільки сільськогосподарське, в якому очевидною була провідна роль природи.

Тільки зі зростанням у народному господарстві ролі промисловості, яке супроводжувалося розоренням дрібних ремесел, утверджується думка, що джерелом багатства в будь-якій галузі матеріального виробництва є праця, що у цілому «багатство народів» створюється працею в галузях матеріального виробництва. Починаючи з трактування В. Петті, одного із засновників класичної політекономії, це положення стає загальновизнаним.

Отже, на кінець XVIII ст. економічною наукою походження багатства було з'ясоване. Щодо змісту капіталу, то увага тогочасних економістів зосереджувалася переважно на характеристиці його матеріально-речового боку. Так, основоположники класичної політекономії А. Сміт і Д. Рікардо ототожнювали капітал із нагромадженою уречевленою працею (засобами виробництва). Д. Рікардо, наприклад, стверджував, що камінь і палиця в руках дикуна стають для нього капіталом. А. Сміт зараховував до капіталу лише ту частку запасів, які використовуються для подальшого функціонування у виробництві або іншій сфері економічної діяльності та приносять дохід. Таке розуміння сутності капіталу заслуговує на позитивну оцінку, адже матеріально-речовий зміст цієї категорії пов'язується як із факторами виробництва, так і з процесом отримання доходу. Це положення є домінуючим для розуміння змісту поняття «капітал».

А. Сміт уперше намагався довести, яка з частин капіталу може бути джерелом доходу. На його думку, товари, котрі входять до складу основного капіталу, не продаються протягом терміну використання, не змінюють свого власника і тому не можуть бути джерелом доходу. До складу обігового капіталу входять товари, реалізація яких дає змогу отримати певний приріст, дохід. Причину такого явища А. Сміт убачав у тому, що вироблені товари містять у собі певну купівельну силу, яка під час їх реалізації набуває грошової форми. Поряд із твердженням, що їх вартість має одне джерело – працю (й отже, може створюватися тільки у сфері виробництва), А. Сміт припускає можливість її отримання і зростання під час реалізації, тобто у сфері обігу. Це стало важливою умовою для подальшого з'ясування сутності поняття «капітал» як одного з напрямів економічної науки.

Отже, на перших етапах розвитку політекономії сформувалося розуміння капіталу як сукупності факторів виробництва, що приносить дохід. Надалі поряд з охарактеризованим трактуванням сутності капіталу як економічної категорії сформувалися та набули поширення й інші підходи.

У процесі соціально-економічного розвитку суспільства на основі приватної власності на засоби виробництва стало зрозумілим, що не без участі капіталу воно по-новому й дуже активно стало розшаровуватися за матеріальним становищем, а відносини в ньому значно загострювалися. Очевидне злиденне становище зростаючого класу найманих робітників привертало до себе увагу низки активних суспільних діячів, філософів, економістів. Відбулося усвідомлення необхідності подальшого розвитку теоретичних засад капіталу як економічної категорії. Загальновизнаний внесок у теорію капіталу зробив К. Маркс [7].

У питаннях трактування А. Смітом і Д. Рікардо матеріально-речового змісту капіталу як сукупності факторів виробництва дуже близьке й марксистське розуміння цієї наукової проблеми.

Але між ними існує низка принципових відмінностей, особливо щодо участі та ролі різних складників капіталу в процесі створення вартості.

К. Маркс також уважав, що в процесі збільшення вартості бере участь увесь капітал. Але його складники відіграють при цьому різну роль. У кожному процесі праці розрізняють, з одного боку, засоби виробництва – сукупність засобів і предметів праці, а з іншого боку, суб'єкт праці – саму людину. Це різні фактори, що відіграють неоднакову роль у процесі збільшення вартості. Засоби виробництва є тільки засобами використання робочої сили і матеріалізації її праці у створюваних товарах. У процесі праці вартість спожитих засобів виробництва зберігається і переноситься конкретною працею робітника на новий продукт. Водночас ця вартість залишається незмінною, тобто у процесі виробництва не відбувається приріст вартості над первісною вартістю засобів виробництва. Частину продуктивного капіталу, яка перетворюється на засоби виробництва і не змінює величини своєї вартості у процесі виробництва, К. Маркс назвав постійним капіталом і позначив буквою С (від лат. constant – постійний).

Друга частина капіталу, яка авансується на купівлю робочої сили, у процесі виробництва зростає. Найманий робітник своєю абстрактною працею не приносить, а відтворює вартість власної робочої сили і, крім того, створює додаткову вартість. Частину продуктивного капіталу, яка витрачається на купівлю робочої сили і в процесі виробництва змінює свою вартість, К. Маркс назвав змінним капіталом – V (від англ. variable – змінний). Отже, відповідно до функціональної ролі засобів виробництва і робочої сили у створенні додаткової вартості капітал поділяється на постійний та змінний.

За К. Марксом, капітал – це вартість, котра авансується у будь-який вид економічної діяльності (насамперед у матеріальне виробництво) для отримання додаткової вартості. Остання є результатом експлуатації найманих працівників і постійно відтворює себе, тобто отримана додаткова вартість знов і знов авансується підприємцем із тією ж метою.

Ці положення видатного вченого відображено у визначенні поняття «капітал» як «самозростаючої вартості, створеної найманим робітником». Визначення капіталу як важливої економічної категорії свідчить про те, що воно передбачає виробництво і привласнення додаткової вартості та охоплює своєрідні суспільні відносини між найманими працівниками і підприємцями. «Капітал, – зазначав К. Маркс, – це не річ, а певне суспільне, належне певній історичній формації суспільства виробниче відношення, яке представлене в речі і надає цій речі специфічного суспільного характеру. Капітал – це не просто сума матеріальних і вироблених засобів виробництва. Капітал – це перетворені засоби виробництва, які самі по собі так само мало є капіталом, як золото або срібло самі по собі – грішми» [7].

Отже, капітал – це історично зумовлене суспільно-виробниче відношення між підприємцями, які володіють засобами виробництва, і працівниками, котрі позбавлені будь-яких засобів виробництва та існування. Таке розуміння сутності капіталу є проявом соціально-економічного підходу, відповідно до якого він трактується як специфічні суспільні відносини, що виникають за певних історичних умов. Капіталу притаманна множинність економічних форм прояву. Він може існувати у вигляді певної суми грошей (грошовий капітал), промисловий капітал виступає у вигляді сукупності засобів виробництва. Капітал також може проявлятися у вигляді торговельного, позичкового, фінансового, акціонерного, міжнародного і т. д. Цим певною мірою пояснюється наявність у сучасній економічній науці й інших підходів до трактування сутності капіталу.

П. Самуельсон та У. Нордхауз зауважують, що капітал складається з благ довгострокового користування, створених для виробництва інших товарів. Д. Хайман визначає капітал як ресурс тривалого користування, створюваний для виробництва більшої кількості товарів і послуг. Він включає до його складу машини, верстати, прокатні станки, споруди і будівлі, засоби пересування, дорогі комп'ютери, запаси сировини, напівфабрикатів, тобто відбувається розширення діапазону запасів, видів нагромадженої праці, певних благ, які відносять до капіталу під час з'ясування його сутності.

Англійський економіст Дж. Хікс розглядав капітал як сукупність товарів виробничого призначення, а П. Хейне – як виготовлені засоби виробництва або блага, які можна використовувати для виробництва майбутніх благ. Це предметно-функціональний підхід до трактування сутності капіталу, відповідно до якого він ототожнюється з нагромадженою працею, котра використовується для подальшого виробництва або продажу товарів та одержання доходу.

Дж. Робінсон та Р. Дорнбуш розглядають капітал як гроші, як універсальний, необхідний всім товар. Близьким до цього є визначення капіталу як джерела процента (Дж. Кларк, Л. Вальрас). Аналогічної позиції дотримується й І. Фішер. Він визначає капітал як «дисконтований потік доходу». Це означає визнання того факту, що будь-який елемент багатства, що приносить його власнику регулярний дохід протягом тривалого часу, можна розглядати як капітал. Це грошовий підхід до трактування капіталу. Згідно з ним, останній досліджується як фінансовий ресурс, який приносить власникові дохід у вигляді процента.

Такі підходи до визначення капіталу однобічні. У них акцентується на грошовій формі капіталу і не береться до уваги те, що для отримання доходу необхідно придбати засоби виробництва, найняти працівників, організувати

виробництво і т. д. Грошова форма капіталу призначається для придбання факторів виробництва, забезпечення безперервності руху капіталу в усіх сферах суспільного виробництва. Розгляд капіталу як певного вкладення, що дає змогу отримувати дохід, логічно вимагає зарахування до його складу вкладень у робочу силу.

Такий підхід, запропонований П. Беккером, Дж. Мінсером та іншими науковцями, дістав назву концепції «людського капіталу». Під останнім мають на увазі витрати, які сприяють майбутньому збільшенню доходів індивіда. У цій концепції навчання у школі, вищому навчальному закладі, природні здібності та творчість індивіда, професіоналізм розглядаються як чинники зростання його продуктивної сили, що сприяє збільшенню обсягів виробництва високоякісної інноваційної продукції. Це є найважливішим джерелом зростання доходів окремої особи та суспільства в цілому.

У межах трактування капіталу як певного вкладення виокремлюється категорія «інтелектуальний капітал», що функціонує в чистому вигляді в науці, освіті, управлінні, охороні здоров'я тощо. У розвинених країнах інтелектуальний капітал починає переважати над його іншими формами та стає передумовою нагромадження суспільного багатства. Можливе й ототожнення капіталу з часом, який розглядають як окремий фактор виробництва, що створює дохід. У цьому разі відбувається ототожнення капіталу з часом як особливим економічним ресурсом, який визначає дохід підприємців як винагороду за відмову від задоволення поточних потреб заради отримання майбутніх благ.

Слід підкреслити, що західними науковцями ефективно розкрито матеріально-речовий зміст капіталу, його зв'язок із різними факторами виробництва, процесом отримання доходів. Із цих позицій вони впритул наближаються до розуміння сутності капіталу К. Марксом, який, аналізуючи матеріально-речову структуру капіталу, зазначив, що він складається зі знарядь праці, сировини і т. п. Він також розглядав капітал як нагромаджену працю, як відношення між уречевленою та живою працею. Сучасні західні науковці повніше, ніж К. Маркс і Ф. Енгельс, розкрили матеріально-речову структуру капіталу, пов'язали його з благами, з часом. Існування матеріально-речових та інших форм капіталу не заперечує його трактування як суспільно-виробничих відносин, які наявні між людьми, щодо тих чи інших матеріальних об'єктів.

Отже, у сучасній політекономії немає загальновизнаного визначення сутності капіталу як економічної категорії. Як у минулому, так і нині окремі економічні школи та теорії підходять до трактування останнього з різних позицій. Їх порівняльний аналіз дає змогу дійти висновку, що найбільш науково обґрунтовано, повно та доказово сутність капіталу, що перебуває у постійному русі, набуваючи при цьому різних видів та форм прояву, у тому числі і форми суспільно-виробничих відносин, представлена К. Марксом [7].

Визначними й панівними економічними відносинами капітал стає в капіталістичному суспільстві. Для виникнення та існування останнього необхідно декілька важливих умов: працівники мають бути юридично вільними, мати можливість вільно розпоряджатися своєю здатністю до праці і продавати її власникові засобів виробництва на певний час, а не назавжди; відсутність у працівників засобів виробництва та засобів для життя (крім здатності до праці); наявність економічного примусу до людини продавати свою здатність до праці (робочу силу) власникам засобів виробництва, які організовують і контролюють її використання у процесі виробництва матеріальних благ або надання послуг; результат взаємодії факторів виробництва, тобто його продукт (товар або послуга) мають належати капіталістові. Для останнього не має значення, що виробляти або які послуги надавати, адже він організовує виробництво або надання послуг з урахуванням тієї обставини, що вироблені товари, надані послуги є носіями нової вартості, котра містить у собі додаткову вартість.

Проведений аналіз історичної еволюції категорії «капітал» дає змогу виділити три основні підходи до його формування (рис. 1).

У сучасній західній економічній науці капітал трактується як «блага довготривалого використання, створені людиною для виробництва інших товарів і послуг». Це визначення капіталу служить загальною основою для різних понять, використаних у вжитку і в економічній літературі. Проте сучасні вітчизняні вчені по-різному трактують капітал. Основними представниками сучасної школи є І.О. Бланк, Ю.М. Воробйов, О.С. Стоянова, І.Т. Балабанов, І.Г. Лук'яненко, І.О. Школьник та ін. [1; 3; 5; 6].

Так, І.Т. Балабанов пише: «Капітал – це частина фінансових ресурсів. Тобто, капітал – це гроші, випущені в обіг, і доходи, що вони приносять від цього обігу» [8]. Н.А. Русак і В.А. Русак відзначають, що «капітал – це засоби, вкладені в суб'єкт господарювання на початку або впродовж господарської діяльності для отримання прибутку (доходу)» [1].

В.В. Селезньов дає таке визначення капіталу: це фінансові ресурси, які використовуються на розвиток виробничого процесу (закупівля сировини, товарів й інших предметів праці, робочої сили, інших елементів виробництва), що становлять капітал у його грошовій формі.

С.В. Мойсеєв і В.І. Терьохін уважають, що фінансовий капітал – це фінансові кошти підприємства, відображені в пасиві його бухгалтерського балансу. При цьому фінансовий капітал поділяється на власний, тобто сформований за рахунок власних джерел фінансових ресурсів, і позичковий, формування якого здійснюється за рахунок позичкових фінансових джерел.

Рис. 1. Групування підходів до визначення поняття «капітал»

І.О. Бланк, розглядаючи капітал із позиції фінансового менеджменту, формулює його визначення так: «Капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів2 [2].

Український учений, з огляду на вищезазначене, пропонує розглядати основні характеристики, що визначають особливості застосування категорії «капітал», виходячи безпосередньо із практичної площини. Він виділив 10 ознак капіталу [2]: капітал виступає як об’єкт економічного управління; капітал є накопиченою цінністю; капітал є виробничим ресурсом, тобто фактором виробництва; капітал виступає інвестиційним ресурсом; капітал є об’єктом власності та розпорядження; капітал є носієм фактору ліквідності; капітал є носієм фактору ризику; капітал виступає як об’єкт надання тимчасових переваг; капітал є об’єктом купівлі-продажу; капітал виступає джерелом доходу.

Проведене дослідження категорії «капітал» дає змогу зрозуміти, що це поняття є одним із найскладніших. Аналізувати дане поняття тільки з фінансової позиції та з погляду отримання доходу є неправильним. На нашу думку, дефініція «капітал» означає сукупність грошових, матеріальних та нематеріальних ресурсів підприємства, які створюються за допомогою різних джерел і використовуються ним для здійснення операційної, фінансової та інвестиційної діяльності для отримання прибутку. Із вищенаведеного випливає, що одним з основних компонентів цієї категорії є інтелектуальний капітал, без якого в умовах ринкових відносин утрачається її сутність. На основі здійсненого дослідження доцільно навести багатоаспектну класифікацію капіталу господарюючих суб'єктів. Класифікацію можливих видів капіталу наведено табл. 1.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, визначення поняття «капітал» залежить від того, як кожен автор трактує дане поняття. Проте всі ці визначення позначають капітал як вкладення фінансових ресурсів (власних і позичкових засобів) у підприємство для їх збільшення в майбутньому.

Розглянувши думки вчених із приводу трактування цієї дефініції, виявлено її неоднозначність, складність і багатогранність. Зазвичай у різних енциклопедичних виданнях капітал характеризують як усім відоме, але складне поняття. З іншого боку, всі вищенаведені визначення доповнюють одне одного і надають можливість найбільш повно і зрозуміло трактувати дефініцію «капітал».

Таблиця 1

Багатоаспектість аналізу конкретних форм існування капіталу [4; 8]

Класифікаційні ознаки	Види капіталу
За джерелами формування	*Власний капітал* (належить підприємству на правах власності). *Залучений капітал* (не належить підприємству, але знаходиться у його розпорядженні тимчасово на безоплатній основі). *Позиковий капітал* (не належить підприємству, підлягає поверненню із сплатою відсотків)
За формою надходження у процесі кругообігу	*Грошовий капітал* (у грошовій формі). *Виробничий капітал* (інвестований у виробничі активи). *Товарний капітал* (у товарній формі)
За роллю у створенні додаткової вартості	*Постійний капітал* (вкладений у засоби виробництва і переноситься конкретною працею на новостворений продукт не збільшуючи його вартості). *Змінний капітал* (вкладений у найм робочої сили, яка змінює свою вартість у процесі виробництва й є джерелом *додаткової вартості*)
За характером використання у господарському процесі	*Працюючий капітал* (бере участь у формуванні доходів). *Непрацюючий капітал* (не бере участі у формуванні доходів)
Залежно від джерел походження коштів	*Національний (вітчизняний) капітал*. *Іноземний капітал*
За масштабами функціонування	Національний капітал. Міжнародний капітал
За метою використання	*Інвестиційний капітал* (використовується для збільшення підприємницьких можливостей). *Інноваційний капітал* (використовується для реалізації інноваційного проекту)
За формами інвестування	*Фінансовий капітал* (у грошовій формі). *Матеріальний капітал* (інвестований у матеріальні активи). *Нематеріальний капітал* (інвестований у нематеріальні активи). *Речовий капітал.* *Людський капітал*
За характером використання власниками	*Споживчий капітал* (із часом утрачає функції капіталу). *Накопичуваний (реінвестований) капітал* (із часом забезпечує приріст)
За випуском та сплатою	*Номінальний (оголошений) капітал* (встановлена засновниками в установчих документах сумарна вартість акції компанії, що випускаються). *Випущений капітал* (частина номінального капіталу, на суму якої випущено акції для розподілу між акціонерами). *Оплачений капітал* (частина випущеного капіталу, що оплачена акціонерами за придбані акції). *Неоплачений капітал* (частина випущеного капіталу, що не сплачена акціонерами за придбані акції)
За формою власності	*Приватний капітал* (належить приватній особі). *Державний капітал* (належить державі). *Корпоративний (акціонерний) капітал* (утворюється на основі акціонерної форми власності). *Спільний капітал* (утворюється на основі спільної форми власності). *Пайовий капітал* (належить партнерським підприємствам)
За відповідністю правовим нормам функціонування	*Легальний капітал* (контролюється суспільством і органами державного управління). *Нелегальний («тіньовий») капітал* (не контролюється суспільством і органами державного управління)
За способом перенесення вартості	*Основний капітал* (переносить свою вартість на виготовлену продукцію поступово). *Оборотний капітал* (цілком переносить свою вартість на виготовлену продукцію)
За терміном використання	*Довгостроковий капітал* (сума довгострокових зобов'язань та капіталу компанії, що вкладаються на термін понад сім років, переважно – підприємницький капітал). *Короткостроковий капітал* (кошти, вкладені терміном до одного року, переважно – позиковий капітал)

Закінчення таблиці 1

За етапами виникнення	*Первинний капітал* (кошти власників підприємства, резерви, внески інших компаній та інші фінансові джерела, використовувані власниками під час створення підприємства). *Вторинний капітал* (термінові субординовані запозичення підприємства, безстроковий капітал, не включений у первинний капітал, що використовується для початку фінансової або комерційної діяльності)
За необхідністю нормування	*Нормований капітал* (активи, щодо формування та використання яких формуються певні кількісні нормативи). *Ненормований капітал* (відсутність будь-яких кількісних та якісних обмежень)
За продуктивністю використання	*Продуктивний* (капітал, що сприяє створенню доданої вартості та зростанню прибутку підприємства). *Непродуктивний* (капітал, майбутні економічні вигоди від використання якого тільки покривають витрачені фінансові ресурси або взагалі відсутні)
Залежно від виду діяльності, яка здійснюється підприємством	*Операційний капітал* (сукупність грошових, матеріальних та нематеріальних активів, що створюються під час здійснення основної (операційної) діяльності). *Інвестиційний капітал* (активи, котрі є грошовою формою кругообігу капіталу). *Фінансовий капітал* (кошти, а також інші види матеріальних і нематеріальних активів, оцінені у вартісній формі, згенеровані під час здійснення фінансової діяльності)
За значенням у створенні та перерозподілі	*Реальний капітал* (обслуговує насамперед рух промислового капіталу відграє визначальну роль у створенні доходу, втілюючись у матеріально-речові, грошові та духовні цінності). *Фіктивний капітал* (не функціонує безпосередньо у виробничому процесі, уречевлюється у цінні папери (акції, облігації) та дає їхнім власникам право на отримання прибутку)
За формами функціонування	*Індивідуальний капітал; колективний капітал; суспільний капітал*

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанов И.Т. Финансовый менеджмент. Как управлять капиталом? М.: Финансы и статистика, 1995. 384с.
2. Бланк И.А. Управление формированием капитала. К.: Ника-Центр, 2008. 656 с.
3. Бланк И.А. Управление формированием капитала. К.: Ника- Центр, Эльга, 2002. 512 с. URL: http://www.alleng.ru/d/econ-fin/econ-fin056.htm.
4. Бланк И.А. Управление формированием капитала. К.: Ника- Центр, 2000. 512 с.
5. Воробйов Ю.М. Особливості формування фінансового капіталу підприємств. Фінанси підприємства. 2002. № 2.
6. Лук'яненко І.Г. Шляхи підвищення ефективності регіональної фінансової політики. Прометей. 2000. Вип. 3. С. 38–41.
7. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения; 2-е изд. М.: Политиздат, 1987. Т. 3.
8. Черемісова Т.А. Подальше дослідження економічної сутності капіталу, його видів та функціональної ролі у діяльності підприємства. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpchdtu/2008_21_1/articles/Pitanya_econom/32_Cheremisova.pdf.

УДК 339.972

ЄВРОІНТГЕРАЦІЙНИЙ ІМПЕРАТИВ СТРАТЕГІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

EUROPEAN INTEGRATION IMPERATIVE OF UKRAINE HEALTHCARE SYSTEM TRANSFORMATION

Поворозник М.Ю.
аспірант кафедри міжнародного обліку та аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті досліджено стратегічні пріоритети розбудови сфери охорони здоров'я України згідно з ВООЗ. Визначено широкий спектр стратегічних трансформацій усіх компонентів сфери охорони здоров'я України. Проаналізовано принципи та інструменти реорганізації національної системи медичних послуг для підвищення їх якості та ефективності.

Ключові слова: *медичні послуги, система охорони здоров'я, євроінтеграція, фінансування системи охорони здоров'я, кадрова політика, регуляторна система фармацевтичного сектору.*

В статье исследованы стратегические приоритеты развития сферы здравоохранения Украины согласно ВОЗ. Определен широкий спектр стратегических трансформаций всех компонентов сферы здравоохранения Украины. Проанализированы принципы и инструменты реорганизации национальной системы медицинских услуг для повышения их качества и эффективности.

Ключевые слова: *медицинские услуги, система здравоохранения, евроинтеграция, финансирование системы здравоохранения, кадровая политика, регуляторная система фармацевтического сектора.*

Strategic priorities of Ukraine healthcare sphere development according to WHO are researched in the article. Wide ranges of strategic transformations for all components of Ukraine healthcare system are studied. Principles and mechanisms of national medical services system' reorganization, targeted at medical services quality and effectiveness increase, are analyzed.

Key words: *medical services, healthcare system, European integration, healthcare system financing, pharmaceutical sector regulatory system.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Політичні та економічні реформи, що реалізовувалися в Україні впродовж усього періоду її державної незалежності, мали для українського суспільства невиправдано високу соціальну ціну, яка знайшла свій прояв у депопуляції і підвищенні загальної смертності населення, скороченні тривалості й якісних кондицій його життя, а також обвальному руйнуванні національної системи охорони здоров'я та обмеженні справедливого доступу громадян до якісних медичних послуг на принципах соціальної рівності і солідарності. Саме із цього випливають головні проблеми реформування вітчизняної медичної індустрії, які, на думку багатьох авторитетних експертів, лежать насамперед у площині: її часового співпадіння із загальноекономічною кризою у державі; браку системного бачення причин неадекватності кількісно-якісних параметрів медичної сфери суспільним очікуванням[1]; відсутності суспільної згоди щодо вибраної моделі охорони здоров'я, яку буде збудовано в результаті медичної реформи; а також фрагментарності системи реформування з її переважною орієнтацією на зміну діючих механізмів функціонування медичної сфери та задоволення корпоративних (а не суспільних) інтересів агентів вітчизняної медичної індустрії [1]. Саме тому актуальності набуває необхідність дослідження стратегічних трансформацій української системи охорони здоров'я

в контексті вимог та стандартів євроінтеграції, запровадження яких дасть можливість підвищити якість та ефективність надання медичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблематиці пріоритетів розвитку системи охорони здоров'я України приділено увагу багатьох провідних учених, зокрема О. Сердюка, О. Устінова, О. Корнійчука, В. Князевича, Т. Камінської та ін. Проте додаткової уваги заслуговують питання стратегічної трансформації системи охорони здоров'я згідно з європейськими стандартами та вимогами.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою роботи є визначення стратегічних трансформацій усіх компонентів сфери охорони здоров'я України, їх принципів та інструментів запровадження для підвищення якості та ефективності надання медичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Ще у травні 2011 р. на 64-й сесії Всесвітньої асамблеї охорони здоров'я на інституційному рівні було закріплено стратегічні пріоритети розбудови національних систем охорони здоров'я держав – членів ВООЗ (у тому числі й України):

– забезпечення фінансового механізму медичної сфери на основі попередньої оплати фінансових внесків за медичні послуги, уникнення їх оплати на момент отримання медичних послуг та об'єднання ризиків усього населення для недопущення катастрофічних витрат і зубожіння домогосподарств від звернення за медичною допомогою;

– загальний доступ до медичних послуг усього населення на принципах рівності і солідарності із загальним його охопленням адекватним набором послуг первинної медико-санітарної допомоги і послуг, оптимальним ступенем відшкодування витрат, реалізацією порівняно дешевих профілактичних заходів на основі механізмів справедливого й стабільного фінансування бюджетних витрат на охорону здоров'я;

– нарощування інвестиційних капіталовкладень у національні системи охорони здоров'я для нарощування конкурентоспроможності медичних послуг (насамперед сегменту первинної медико-санітарної допомоги), розвитку кадрового ресурсу медичної індустрії і системи медико-санітарної інформації [2].

Тож сьогодні настав час *здійснити докорінну структурну реорганізацію національної системи медичних послуг на європейських засадах* із пріоритетним розвитком первинної медико-санітарної допомоги та зміною усього фінансового механізму функціонування системи охорони здоров'я. Йдеться насамперед про імплементацію в Україні європейських принципів і стратегій реформування національної системи охорони здоров'я (з її максимальною конвергенцією з програмою ЄС «Європейська стратегія здоров'я – 2020») за дотримання головного вектору зовнішньополітичного курсу держави – її європейської інтеграції. Важливо наголосити, що перші кроки у напрямі комплексного і системного реформування медичної сфери України та її «європеїзації» вже розпочато. Йдеться насамперед про чітко виражену консолідацію політичних сил у країні, узгодження дій між законодавчою і виконавчою гілками влади навколо вирішення даного стратегічно важливого для української нації питання, а також проголошення нового курсу розвитку медичної сфери в контексті реалізації найкращого міжнародного досвіду у цій царині.

Ключові пріоритети реформування вітчизняної системи охорони здоров'я знайшли своє відображення у Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020», затвердженій Указом Президента України № 5/2015 від 12.01.2015. Вона зорієнтована, з одного боку, на відміну адміністративного регулювання кадрового корпусу вітчизняної медичної системи (на основі скасування галузевого Наказу МОЗ України № 33, 2000 р.), а з іншого – на імплементацію механізмів солідарного фінансування комунальних медичних установ через упровадження інституту медичної субвенції з Державного бюджету і компенсування їх комунальних витрат коштами місцевих бюджетів [3].

Характеризуючи досягнуті успіхи державного менеджменту у сфері реформування національної системи охорони здоров'я, не можна оминути увагою і його концептуальну переорієнтацію, відповідно до прийнятих Україною зобов'язань у рамках Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом [4]. Йдеться насамперед про цільові пріоритети медичного реформування, зорієнтовані на: реалізацію ефективної державної політики щодо збереження і зміцнення здоров'я населення; підвищення тривалості життя українських громадян і його якісних кондицій в умовах децентралізації владних повноважень; імплементацію міжсекторального підходу до реалізації профілактичних заходів у системі охорони здоров'я і формування здорового способу життя; оптимізацію діючої системи фінансування медичної сфери.

У своєму загальному форматі стратегічні пріоритети реформування національної системи медичних послуг України випливають з об'єктивної потреби забезпечення кожного українського громадянина якісними послугами охорони здоров'я профілактичного, діагностич-

[1] У їх системі можна виокремити ті, що спричинені корупційними діями, некомпетентністю чи фінансовою безвідповідальністю уповноважених посадових осіб й інституцій (а отже, можуть бути подолані в результаті загального реформування державного управління), а також фундаментальні системно-структурні проблеми, які можна вирішити тільки на основі докорінної зміни національної моделі охорони здоров'я.

ного чи лікувального характеру незалежно від його віку, статі, соціального статусу та місця проживання. При цьому медичні реформи у жодному разі не повинні погіршувати умови медичного обслуговування жодній із соціальних груп українського населення; а процес продукування медичних послуг має бути спрямованим на реальне поліпшення його здоров'я, скорочення нерівності у доступі до медичного обслуговування, а також забезпечення фінансової й інституційної стійкості системи охорони здоров'я [5], орієнтованої на медичні потреби і запити українських громадян.

Виходячи із цього, програма реформування медичної сфери має охоплювати *широкий спектр стратегічних трансформацій* як власне медичної, так і економічної, соціально-трудової та освітньої сфер, а також загальної системи державного управління, що зорієнтовані насамперед на:

– забезпечення розвитку медицини та належного її кадрового забезпечення висококваліфікованими фахівцями;

– акумулювання достатнього ресурсу для фінансування національної системи охорони здоров'я, їх ефективного розподілу й оптимального використання;

– підвищення якості державного менеджменту системи охорони здоров'я насамперед на основі викорінення корупції та практики незаконних поборів із пацієнтів у медичних установах другого та третього рівнів;

– підвищення рівня фінансової відповідальності керівництва Міністерства охорони здоров'я, працівників державних інституцій системи охорони здоров'я та медичних установ;

– упровадження у вітчизняну практику міжнародних стандартів медичних послуг із використанням інноваційних медичних технологій та дотриманням соціальних вимог до медичних послуг – їх доступності, повноти та високої якості;

– формування адекватного економічного механізму продукування медичних послуг на принципах їх соціальної інклюзії, безпосередньої безоплатності і соціальної справедливості [6].

При цьому *державне фінансування* (за рахунок загального оподаткування) має спрямовуватися на максимально повне задоволення потреб громадян у медичних послугах (що не потребуватимуть невиправдано високих витрат і відповідатимуть передовим світовим інноваційним трендам) із розбудовою ефективних договірних відносин між продуцентами і споживачами медичних послуг за одночасного розвитку централізованої моделі охорони здоров'я, заснованій на медичному страхуванні. За таких умов пріоритетного значення набуває забезпечення суворої фінансової дисципліни під час використання бюджетного фінансування медичної сфери та викорінення корупції і зловживань у цій сфері з обов'язковим посиленням персональної відповідальності керівників державних закладів охорони здоров'я за порушення закону та прав пацієнтів.

Розбудова в Україні високоефективної системи охорони здоров'я та створення необхідних організаційно-економічних передумов для розвитку вітчизняної медичної індустрії вимагають термінового завершення процесу формування у державі правових основ функціонування повноцінного ринку медичних послуг. Так, ще у 2011 р. Верховна Рада України ухвалила два головні закони, що дали старт медичній реформі у нашій державі: «Про внесення змін до Основ законодавства України про охорону здоров'я щодо вдосконалення надання медичної допомоги» № 8602 [7] та «Про порядок проведення реформування системи охорони здоров'я у Вінницькій, Дніпропетровській, Донецькій областях та м. Києві» № 8603 [8]. Саме ці законодавчі акти вперше чітко унормували «прив'язку» кількісної структури мережі державних і комунальних закладів охорони здоров'я до наявних потреб місцевого населення у медичних послугах (із недопущенням скорочення їх кількості), пріоритетність забезпечення належних їх якісних кондицій, своєчасності і доступності їх отримання населенням, а також необхідність ефективного використання агентами вітчизняної медичної сфери її матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Окрім того, у Законі України «Про порядок проведення реформування системи охорони здоров'я у Вінницькій, Дніпропетровській, Донецькій областях та м. Києві» передбачено реалізацію регіональних пілотних проектів реформування медичної сфери (насамперед структурної реорганізації первинної та екстреної ланок охорони здоров'я) для моніторингу їх ефективності та подальшої імплементації на території усієї країни.

Логіка реалізації пілотних проектів передбачає, що під час лікування певних захворювань дільничні лікарі-терапевти і лікарі-педіатри, лікарі акушери-гінекологи, офтальмологи, хірурги, невропатологи і психіатри надаватимуть населенню первинну медико-санітарну допомогу з чітким розмежуванням її первинної і вторинної (спеціалізованої і високоспеціалізованої) ланок. Водночас планування і прогнозування діяльності мереж комунальних закладів охорони здоров'я у пілотних регіонах здійснюється у межах функціональних повноважень органів виконавчої влади та інституцій місцевого самоврядування [9].

Своєю чергою, заплановані у Законі України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення законодавства з питань діяльності закладів охорони здоров'я» від 06.04.2017 № 2002-VIII [10] заходи щодо реорганізації вітчизняної медичної сфери безпосередньо зорієнтовані на автономізацію медичних закладів, реформування системи їх фінансового забезпечення і форм власності,

призначення керівників державних і комунальних закладів охорони здоров'я.

Однак у контексті розвитку нормативно-правової бази реформування медичної сфери необхідним є ухвалення Закону України «Про громадське здоров'я» із забезпеченням необхідного фінансування даного компоненту охорони здоров'я. Це дасть змогу не тільки зміцнити конкурентний потенціал медичної сфери, а й значно підвищити її лікувальний, соціальний та економічний ефект.

На часі сьогодні й кардинальне доопрацювання законопроектів № 6327 «Про державні фінансові гарантії надання медичних послуг та лікарських засобів» та № 6604 «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо забезпечення державних фінансових гарантій надання медичних послуг та лікарських засобів» для усунення їх юридичних колізій із чинним законодавством та Конституцією України. Йдеться насамперед про те, що вищезазначені законопроекти не можуть бути ухвалені без попереднього розроблення стандартів медичної допомоги населенню, обґрунтування державних критеріїв повноти гарантованої медичної допомоги, а також визначення й узгодження системи тарифів на лікування та реімбурсацію. Крім того, під час доопрацювання законопроекту № 6327 обов'язкового законодавчого унормування потребує захист прав українських громадян із хронічними захворюваннями та осіб, які потребують щотижневого відвідування лікаря [11].

Важливим у контексті реформування вітчизняної системи охорони здоров'я є й законодавче унормування обсягів, видів і форм надання гарантованих державою медичних послуг, а також *чітке встановлення на законодавчому рівні переліку їх платних видів*. Доцільність цього напряму реорганізації медичної сфери важко переоцінити, оскільки намагання медичних закладів лікувати на безоплатній основі всі види захворювань без урахування власної ресурсоспроможності призводить лише до низької якості медичного обслуговування пацієнтів, яке до того ж майже наполовину оплачується ними власним коштом. Тож унормування на законодавчому рівні переліку платних видів медичних послуг дасть змогу формалізувати наявні у сучасній практиці неформальні платежі та чітко виокремити сегмент медичної допомоги й медичних послуг, гарантованих державою.

Розбудова повноцінного ринку медичних послуг в Україні є неможливою без реалізації заходів щодо *вдосконалення регуляторної системи вітчизняного фармацевтичного сектору*. Йдеться насамперед про нагальну необхідність ухвалення законодавчої бази щодо повного делегування функцій закупівель лікарських препаратів міжнародним організаціям, а також внесення змін до Податкового кодексу в частині звільнення від оподаткування цілої низки лікарських засобів і товарів медичного призначення. Про високу результативність вищезазначених інструментів урегулювання вітчизняного фармацевтичного ринку свідчить, зокрема, той факт, що тільки в 2015 р. завдяки розширенню доступу до закупівельних тендерів виробників фармацевтичної і медичної продукції (кількість яких зросла на 67,5% порівняно з 2014 р.) та поліпшенню конкурентного середовища на ринку (40% переможців тендерів – нові учасники) було зекономлено близько 620 млн. грн. [12]. Окрім того, було зареєстровано нові торговельні назви лікарських засобів і вакцин, а також розширено доступ вітчизняних споживачів до якісних медичних препаратів – генериків.

На часі сьогодні – *суттєве спрощення державної реєстрації лікарських препаратів*, що вже зареєстровані у державах із високими регуляторними бар'єрами (США, ЄС, Швейцарії, Японії, Канаді та Австралії), що дасть змогу скоротити термін їх реєстрації до 17 днів. Своєю чергою, впровадження у дію ліцензійних умов здійснення діяльності у сфері виробництва лікарських засобів дасть змогу не тільки уніфікувати регуляторні вимоги до діяльності суб'єктів ринку медичних препаратів, а й гарантуватиме захист законних інтересів українських громадян на отримання якісних лікарських засобів за адекватними цінами. Крім того, досягнення стратегічної мети доступності лікарських засобів для українських громадян вимагає також докорінного перегляду системи державного регулювання цін на них із встановленням граничного рівня відпускних цін для 21-ї міжнародної незапатентованої назви чи діючої речовини на ліки [13].

Системне реформування вітчизняної медичної системи неможливе без *радикальної модернізації кадрової політики у сфері охорони здоров'я*. Вона має охоплювати два напрями: з одного боку, вдосконалення системи підготовки медичних кадрів на рівні додипломної і післядипломної освіти з можливістю проходження українськими медиками стажувань у зарубіжних клініках через мережеву систему університетських лікарень; з іншого – підготовку у вітчизняних університетах економічного профілю та за програмами «Державне управління» фахівців-управлінців у сфері економіки і менеджменту охорони здоров'я. Це дасть змогу підготувати для реорганізованої медичної галузі високоефективні управлінські кадри, адміністраторів та менеджерів, здатних не тільки працювати у ринкових умовах гострої конкуренції за пацієнтів та фінансово-управлінської автономії, а й здійснювати результативний стратегічний й операційний менеджмент закладів охорони здоров'я, управління їх витратами й якістю послуг, упроваджувати в діяльність вітчизняних медичних установ інноваційні методи господарювання, а отже, перевести їх на «рейки» повноцінної системи медичної індустрії.

На часі сьогодні й *формування повної реєстраційної бази вітчизняних медичних кадрів*

(які працюють у державному і приватному секторах медицини), що дасть змогу привести у відповідність із реальними потребами економіки обсяги підготовки вітчизняних медичних кадрів. Однак усі механізми кадрової політики у медичній індустрії будуть марними без докорінної зміни ситуації у сфері підвищення іміджевої престижності лікарської професії через удосконалення системи оплати праці медичних працівників і підвищення рівня їх соціального захисту. Для цього до розроблення повного методичного інструментарію впровадження нових (масштабно- і якісно орієнтованих) методів оплати діяльності продуцентів медичних послуг мають бути залучені вищі навчальні заклади та спеціалізовані інституції у сфері регулювання соціально-трудових відносин і охорони праці.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Програма реформування медичної сфери має охоплювати широкий спектр стратегічних трансформацій як власне медичної, так і економічної, соціально-трудової та освітньої сфер, а також загальної системи державного управління. Вони мають бути зорієнтовані на: чітке встановлення на законодавчому рівні переліку платних видів медичних послуг; розбудову первинної ланки медичного обслуговування населення на засадах сімейної медицини; розбудову регіональних мереж центрів первинної медико-санітарної допомоги, госпітальних округів і госпітальних рад; диверсифікацію функціональної структури лікарняних закладів охорони здоров'я вторинної ланки зі створенням лікарень планового, інтенсивного і реабілітаційного лікування; багатопрофільних дитячих лікарень інтенсивного лікування, а також консультативно-діагностичних центрів; формування інтегрованих систем медичного обслуговування на основі горизонтальних і вертикальних злиттів лікарняних закладів і лікарняних служб.

Необхідним елементом реформування вітчизняної системи охорони здоров'я та підвищення ефективності державного регулювання цієї сфери є надання медичним закладам економічної свободи і реальної фінансової автономії операційного функціонування із делегуванням їм низки повноважень у сфері управління власністю, заохочення підприємницької активності продуцентів медичних послуг, імплементацією фінансових механізмів оптимізації їх витрат і підвищення ефективності управління. Це дасть змогу підвищити якість медичного обслуговування українських громадян, його доступність для широких верств населення за одночасного нівелювання впливу фінансових ризиків та медичної бідності на загальний процес суспільного відтворення національного людського ресурсу в постіндустріальній парадигмі економічного розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». К.: НІСД, 2017. С. 388.
2. Структуры устойчивого финансирования здравоохранения и всеобщий охват: пункт 13.4 повестки дня шестьдесят четвертой сессии Всемирной ассамблеи здравоохранения. URL: http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_fi les/WHA64/A64_R9-ru.pdf.
3. Організаційно-правові аспекти автономізації управлінсько-фінансової діяльності провайдерів медичних послуг / О.І. Сердюк, О.А. Короп, Б.А. Рогожин, Н.В. Просоленко. Економіка і право охорони здоров'я. 2017. № 1(5). С. 67–70.
4. Концепція розвитку системи громадського здоров'я в Україні (схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 листопада 2016 р. № 1002-р.). URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249618799.
5. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». К.: НІСД, 2017. С. 392.
6. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». К.: НІСД, 2017. С. 389.
7. Закон України «Про внесення змін до Основ законодавства України про охорону здоров'я щодо удосконалення надання медичної допомоги» (№ 8602). Відомості Верховної ради України. 2012. № 14. С. 86.
8. Закон України «Про порядок проведення реформування системи охорони здоров'я у Вінницькій, Дніпропетровській, Донецькій областях та м. Києві» (№ 8603). Відомості Верховної ради України. 2012. № 12–13. С. 81.
9. Відповіді на питання з реформування медичного обслуговування / Міністерство охорони здоров'я України. URL: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/reform_answers.html.
10. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення законодавства з питань діяльності закладів охорони здоров'я» від 06.04.2017. № 2002-VIII. Голос України. 2017. № 81.
11. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». К.: НІСД, 2017. С. 393. № 1
12. Устинов О.В. Переваги та ризики медичної реформи: погляд Президента. Український медичний часопис. 09 вересня 2017 р. URL: http://www.umj.com.ua/article/114154/perevagi-ta-riziki-medichnoyi-reformi-poglyad-prezidenta.
13. Устинов О.В. Переваги та ризики медичної реформи: погляд Президента. Український медичний часопис. 09 вересня 2017 р. URL: http://www.umj.com.ua/article/114154/perevagi-ta-riziki-medichnoyi-reformi-poglyad-prezidenta.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.3+339.942

ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

DIAGNOSTICS OF THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF THE BEEF AREA IN THE CONDITIONS OF INTERNATIONAL INTEGRATION

Валявський С.М.
кандидат економічних наук, старший викладач
старший викладач кафедри економіки підприємства та управління персоналом,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Скриль В.В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і банківської справи
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Статтю присвячено розгляду змісту питання діагностики розвитку підприємств пивоварної галузі. Досліджено динаміку розвитку пивної галузі за останні роки, виявлені негативні тенденції. Сформовано проблеми галузі. Досліджено ринок пива ЄС. Здійснено оцінку конкурентоспроможності ПАТ «Фірма «Полтавпиво» на європейському ринку. Запропоновано створення спільного підприємства з голландським концерном «Heineken». Здійснено розрахунок економічної ефективності від створення спільного підприємства.

Ключові слова: *пивна галузь, міжнародна інтеграція, результати діяльності, спільне підприємство, економічна ефективність.*

Статья посвящена рассмотрению содержания вопроса диагностики развития предприятий пивоваренной отрасли. Исследована динамика развития пивной отрасли за последние годы, выявлены негативные тенденции. Сформированы проблемы отрасли. Исследован рынок пива ЕС. Осуществлена оценка конкурентоспособности ОАО «Фирма «Полтавпиво» на европейском рынке. Предложено создание совместного предприятия с голландским концерном «Heineken». Произведен расчет экономической эффективности от создания совместного предприятия.

Ключевые слова: *пивная отрасль, международная интеграция, результаты деятельности, совместное предприятия, экономическая эффективность.*

The article is devoted to consideration of the contents of the issue of diagnostics of the development of enterprises in the brewing industry. The dynamics of beer industry development in recent years has been investigated, negative tendencies are revealed. Formed industry problems. The EU beer market has been explored. The assessment of the competitiveness of PJSC "Poltavpilo" company in the European market has been evaluated. The joint venture with the Dutch concern Heineken was proposed. The calculation of economic efficiency from the creation of a joint venture is carried out.

Key words: *beer industry, international integration, performance, joint venture, economic efficiency.*

Постановка проблеми. Для європейського ринку, на якому функціонують підприємства, характерною є нестабільність макро- та мікроекономічних чинників, у зв'язку з чим особливого значення набуває формування конкурентних переваг діяльності одних підприємств порівняно з іншими. Україна не є винятком, і тому українські підприємства змушені адаптуватися до швидких та глибинних зовнішніх і внутрішніх змін, які характеризуються динамічністю, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, тяжким фінансовим станом. Підприємства потребують пошуку засобів виживання та забезпечення

їхнього ефективного функціонування, виходу на європейські ринки збуту.

Розвиток будь-якої галузі потребує наявності конкуренції. В останні роки європейський ринок пива характеризується стрімким розвитком, а тому і високою конкурентоспроможністю. Тому, щоб мати стійку конкурентоспроможність, українські виробники повинні випускати якісне пиво, яке відповідатиме вимогам європейських стандартів і показникам безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання формування управлінських рішень щодо пошуку нових ринків збуту продукції знаходять відображення у працях О. Гребінчук [1], К. Друрі [3], Р. Каплан [4]; особливості формування управлінської політики підприємства з урахуванням впливу інтеграційних процесів у світовій економіці досліджували такі вчені, як В. Дергачова [2], В. Левківський [5], О. Липин [6], О. Мирошніченко [7], І. Овчар [10] та ін. Проте спостерігається відсутність достатнього опрацювання питання комплексного оцінювання впливу інтеграційних процесів у світовій економіці на діяльність підприємства та розроблення його управлінської політики.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є обґрунтування теоретичних та розроблення практичних пропозицій, спрямованих на пошуки рішень для виходу на європейські ринки збуту підприємств пивної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У структурі обсягів реалізації продукції харчової промисловості питома вага пива та безалкогольних напоїв становить понад 20%. В останні роки спостерігається падіння виробництва пива на 1,5–3 % щорічно. Слід зазначити, що у галузь було залучено достатню кількість іноземних інвестицій, здійснено модернізацію устаткування, удосконалено маркетингову політику. Але обсяги реалізованого пива в Україні поступово зменшується. Такі негативні зміни спричинені насамперед формуванням таких тенденцій:

– разом із погіршенням добробуту населення знижуються обсяги споживання пива;

– відбувається поляризація споживчих переваг: скорочується споживання пива середнього цінового сегменту, тоді як у преміальному й економ-сегменті спостерігається зростання продажів;

– зберігається жорстка конкуренція з виробниками сильного алкоголю (як на рівні лобіювання своїх інтересів на законодавчому рівні, так і в інформаційному просторі);

– 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%);

– стабільним залишається ринок безалкогольного пива. В останні роки обсяг його виробництва істотно не змінюється і в середньому становить 5 млн дал. на рік.

Забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності пивоварної галузі залежить в основному від наявності якісної сировини, каналів збуту та платоспроможного населення. Саме зниження попиту на цей вид продукції спонукає виробників продукції до пошуку нових споживачів за межами України, що допоможе виробникам пива наростити обсяги виробництва та збуту й отримати більший прибуток.

Дослідження ринку пива в ЄС показало, що на його просторах функціонують такі найбільші компанії-виробники, як:

1. «Живець» (Польща) – 87 283 млн. дал;
2. «Oettinger» (Німеччина) – 80 730,7 млн. дал;
3. «Krombacher» (Німеччина) – 104 756,5 млн. дал;
4. «Browar Janáček» (Чехія) – 16 357,1 млн. дал. [11].

Разом ці підприємства виробляють 289 127,3 млн. дал, що становить 94,8% річного обсягу європейського ринку. Інші невеликі підприємства виробляють 5,2% (15 872,7 млн. дал) ринку європейської пивоварної галузі.

Тому в аспекті Полтавського регіону та міста Полтава перспективним є просування на європейський ринок продукції харчової промисловості, зокрема основного підприємства броварної галузі Полтавського регіону ПАТ «Фірма «Полтавпиво», обсяг виробництва експорту якого у 2016 році вже становив 1092,2 тис. дал пива.

Основний ринок збуту ПАТ «Фірма «Полтавпиво» сьогодні – це вся територія України. Пріоритетними областями, де помітна висока реалізація продукції, є Полтавська, Київська, Дніпропетровська, Харківська, Луганська, Донецька, Одеська, Кіровоградська і Черкаська (рис. 1).

Щодо експертних можливостей ПАТ «Фірма «Полтавпиво», то вони оцінюються як високі, виходячи з відгуків споживачів різних країн (рис. 2).

Головними конкурентами підприємства, продукція яких представлена на європейському ринку, є: «Живець» (Польща), «Тиське» (Польща), «Oettinger» (Німеччина), «Krombacher» (Німеччина), «Browar Janáček» (Чехія). Аналіз конкурентоспроможності зазначених виробників пива та ПАТ «Фірма «Полтавпиво» представлений у таблиці 1.

Порівняльний аналіз даних представників проводився за такими критеріями, як потужність заводу, кількість торгових марок, середня ціна на продукцію, термін реалізації, якість продукції і частка ринку.

Дані таблиці 1 свідчать, що порівняно з європейськими конкурентами ПАТ «Фірма «Полтавпиво» за потужністю знаходиться на останньому місці, оскільки вона становить лише 6 млн. дал. Це пояснюється тим, що воно є невеликим самостійним підприємством, тоді як «Живець» (Польща), «Тиське» (Польща), «Oettinger» (Німеччина), «Krombacher» (Німеччина), Browar

Janáček» (Чехія) мають по 2–3 філії на європейських територіях.

За кількістю торгових марок підприємство знаходиться вище середнього рівня (13 штук), тому що політика ПАТ «Фірма «Полтавпиво» спрямована на задоволення смаків усіх споживачів. Підприємство випускає світле, темне, міцне, живе пиво. Після зміни керівництва в 2008 р. ПАТ «Фірма «Полтавпиво» відродила свої сорти пива, які користувалися великим попитом до переходу підприємства до ПрАТ «Міллер-Брендз Україна» («Жигулівське», «Ризьке», «Ячмінний колос», «Ай-Нікола»), а також добре відоме темне пиво «Диканські вечори». Кожен із цих видів має свій особливий, оригінальний, гармонійний смак та аромат, є справжнім джерелом бадьорості та насолоди. Звісно, це не весь асортимент, оскільки сьогодні підприємство випускає 13 сортів полтавського пива. Щорічно оновлюється асортимент продукції.

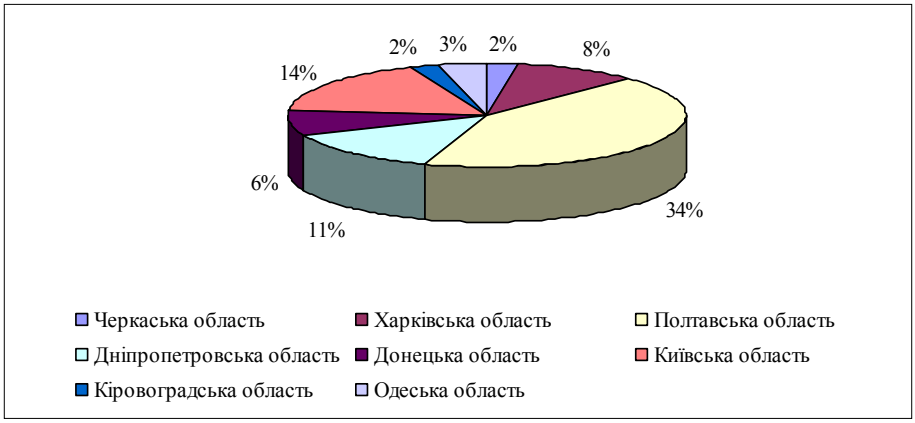


Рис. 1. Український ринок збуту ПАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2016 р.

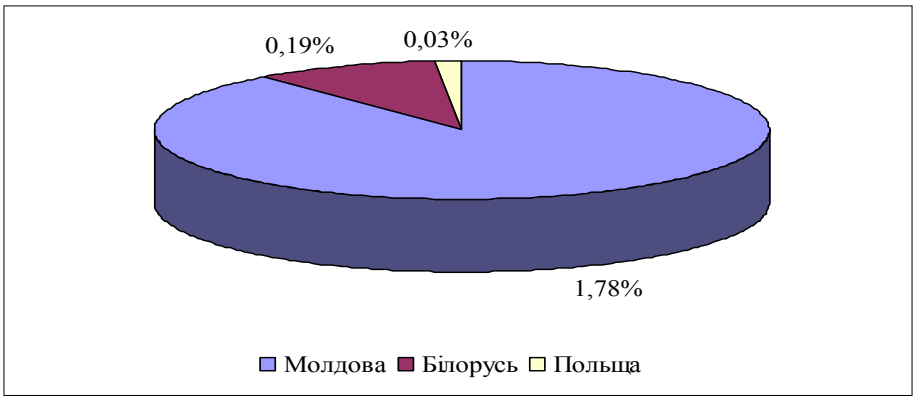


Рис. 2. Європейський ринок збуту ПАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2016 р.

Таблиця 1

Оцінка конкурентоспроможності ПАТ «Фірма «Полтавпиво» на європейському ринку

Критерій	Од. виміру	ПАТ «Фірма «Полтавпиво»	«Живець» (Польща)	«Тиське» (Польща)	«Oettinger» (Німеччина)	«Krombacher» (Німеччина	«Browar Janáček» (Чехія)
Потужність заводу	млн. дал.	6	125	104,5	150	7	32
Кількість торгових марок	шт.	13	19	10	10	12	7
Середня ціна 0,5 л	Євро/злотих	0,8	1,5	1,7	1,8	2,0	3,0
Термін реалізації	діб	30–120	60–180	180	180	5–180	90–180
Якісь продукції	бал	1	0	0	0	1	1
Частка ринку	%	0,04	28,6	26,5	34,3	1	5,4

Для визначення середньої ціни було проведено маркетингове дослідження цін на пиво у містах Варшава (Польща), Прага (Чехія), Дрезден (Німеччина). Середня ціна на 0,5 л полтавської продукції знаходиться на передостанньому місці. Це пов'язано з великою виробничою собівартістю, оскільки пиво вариться з натуральних компонентів, що є досить затратним, та з малою часткою ринку.

На першому місці за терміном реалізації розмістився «Krombacher» (Німеччина) з мінімальним терміном реалізації 5 діб. Чим менший термін реалізації, тим краще, тому що це впливає на смакові якості. Далі йде ПАТ «Фірма «Полтавпиво» із терміном 30 діб («Бочкове живе»). На конкурентоспроможність підприємства, безумовно, впливає якість продукції. Шкала експертної оцінки коливається від 0 до 1, так було оцінено якість продукції комісією цього підприємства та споживачами. Тобто якщо виробник використовує домішки, замінники, то якість його продукції оцінено в 0 балів, якщо під час виробництва пива використовували лише натуральні складники, то в 1 бал. За якістю пива ПАТ «Фірма «Полтавпиво» є одним із кращих в Україні та останнім на європейському ринку.

Щодо частки ринку, то ПАТ «Фірма «Полтавпиво» займає 0,04% європейського ринку. Але в тому, що воно невелике і займає малу частку ринку, є і позитивний бік, тому що малим підприємством легше керувати, воно більш контрольоване і гнучке в зовнішньому середовищі. Під час розрахунку зважених параметричних індексів ПАТ «Фірма «Полтавпиво» розмістилося на п'ятому місці серед представлених конкурентів зі значенням сумарного зваженого параметричного індексу 47,39. На першому місці знаходиться компанія «Krombacher» (Німеччина), сумарний зважений параметричний індекс якої дорівнює 57,35. На другому місці – «Живець» (Польща) (52,21), далі за ним – «Oettinger» (Німеччина) (48,91), потім Browar Janáček» (Чехія) (48,84), і на останньому місці опинилося «Тиське» (Польща) (42,17).

Щодо аналізу зовнішнього середовища ПАТ «Фірма «Полтавпиво», то групування аналітичних даних оцінки макросередовища підприємства наведено в таблиці 2, а характеристику сильних та слабких сторін – в таблиці 3.

Оцінка факторів макросередовища, що безпосередньо впливають на господарську діяльність ПАТ «Фірма «Полтавпиво», а також урахування компонентів внутрішнього середовища дає змогу рекомендувати такі управлінські дії стратегічного характеру: продовжувати дотримуватись наміченого курсу інвестиційної політики, поліпшувати інвестиційний клімат, мати в наявності кредитні ресурси, нейтралізувати таким чином вплив дії інфляційних факторів; поводити дії щодо суворого добору та розстановки управлінських та промислових кадрів, оскільки на ринку спостерігається значний дисбаланс між пропозицією та попитом; продовжувати випуск якісної продукції з орієнтацією на різні верстви населення з різними споживчими та ціновими характеристиками.

Виходячи із попередньо викладеної інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище ПАТ «Фірма «Полтавпиво», було сформовано сильні та слабкі сторони діяльності, можливості та потенціал і згруповано їх у матрицю можливостей та загроз (для SWOT-аналізу) ПАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 4).

На основі аналізу, представленого в попередніх таблицях, було побудовано матрицю SWOT-аналізу (табл. 5).

Таким чином, проведена оцінка розвитку ПАТ «Фірма «Полтавпиво» на європейському ринку показала, що ПАТ «Фірма «Полтавпиво» займає п'яте місце серед перелічених європейських конкурентів.

До найбільш важливих конкурентних переваг підприємства можна віднести якість продукції, термін реалізації та кількість торгових марок. Слабкими сторонами цього підприємства є невелика потужність заводу, мала частка ринку, а також дещо зависока середня ціна на продукцію.

Щоб утриматися на ринку і підвищити рівень конкурентоспроможності, підприємству необхідно покращити ці показники.

Виходячи з проведеного SWOT-аналізу ПАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 5) та виявлення резервів підвищення рівня розвитку (табл. 6), підприємству запропоновано вийти на новий сегмент ринку – Польщу, на якому вже представлене пиво цього виробника під торговою маркою «Rigas».

Для прийняття рішення необхідно провести аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства, а також виділити основні стратегії виходу на новий ринок.

Асортимент та коротка характеристика пива ПАТ «Фірма «Полтавпиво» наведені в таблиці 6.

У таблиці 7 наведені інтегральні показники конкурентоспроможності пива ПАТ «Фірма «Полтавпиво» відносно пива «Rigas».

Виходячи з даних таблиці 7, ПАТ «Фірма «Полтавпиво» можна виходити на ринок Польщі з пивом «Діжка розливного», інтегральний показник конкурентоспроможності якого $k_{інт}$ = 1,195> 1. Пиво інших торгових марок від ПАТ «Фірма «Полтавпиво» не буде конкурентоспроможним на цьому ринку, оскільки значення інтегрального показника конкурентоспроможності менше одиниці.

У контексті євроінтеграційних процесів напрямом підвищення ефективності управління розвитком ПАТ «Фірма «Полтавпиво» є саме вдосконалення корпоративної стратегії, що передбачає вдосконалення стратегії щодо кожного виду продукції підприємства. Після того як визначена загальна ідея розвитку підприємства, доцільно побудувати функціональні

Таблиця 2

Аналіз макросередовища

Загрози	Можливості
1	2
Економічне середовище:	
Підвищення інфляції спричинить падіння попиту Негативні зміни в системі оподаткування можуть скоротити прибутки фірми Підвищення облікової ставки, що спричинить підвищення банківського %	Економічна підтримка галузі (податкові пільги) Інвестиції у галузь
Політичне середовище:	
Нестабільність уряду, що приведе до нестабільності у законодавстві Державна політика приватизації Зниження рівня економічної свободи	Підвищення рівня протекціонізму Уряд як замовник продукції
Географічне середовище:	
Розвиток монополій	Виникнення нових галузей або розвиток вже наявних галузей
Соціально-культурне середовище:	
Підвищення вимог споживачів до технологічності продукції Підвищення вимог до науково-технічного рівня виробництва	Розроблення нових технологій Збільшення фінансування урядом науково-дослідних інститутів
Тенденції ресурсного забезпечення:	
Закінчення ресурсного запасу країни Скорочення імпорту чи підвищення цін на імпортовану сировину	Відкриття нових джерел природних ресурсів на Україні та їх розроблення Збільшення імпорту чи зниження цін на імпортовану сировину
Демографічні тенденції:	
Зменшення кількості потенційних споживачів Зменшення наявної потенційної кількості робочої сили Зниження кваліфікації робочої сили	Збільшення кількості потенційних споживачів Збільшення наявної потенційної кількості робочої сили Підвищення кваліфікації робочої сили
Міжнародне середовище:	
Валютний курс Укладання митних угод із іншими країнами може привести до посилення конкуренції на ринку через імпорт конкурентоспроможних товарів	Зміцнення економічного становища приведе до привабливості експорту Митні союзи із найближчим зарубіжжям приведуть до можливості експортувати товари

Таблиця 3

Характеристика сильних та слабких сторін ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

Сфера діяльності	Сильні сторони загроз (S)	Слабкі сторони загроз (W)
Маркетинг, продукція, бренди	Сильні ринкові позиції; постійне вивчення та аналіз стану ринку, своєї позиції , позиції конкурентів, потреб споживачів; диференціація виробів; підтримка та розвиток іміджу.	Постійні атаки з боку ключових конкурентів; інколи прослiується необґрунтована, невдала диверсифікація.
Виробництво, інновації	Значні виробничі потужності (нова 110-тисячна лінія розливу пива, нові ЦКТ); можливість економити на масштабах виробництва.	Розміри виробництва надто великі, може виникнути «хвороба великої компанії», не розроблена ресурсозберігаюча стратегія
Фінанси	Висока рентабельність, прибутковість; достатні фінансові ресурси; фінансова стабільність; можливість зниження витрат.	
Організація, управління	Чітко сформовані стратегії; високий рівень управління, ефективні засоби контролю, творчий підхід у менеджменті; здатність реалізовувати навички персоналу.	
Кадри	Високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу; досвід діяльності.	Інколи проявляється неефективна система стимулювання праці.

Таблиця 4

Зовнішні можливості та загрози для ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

Потенційні зовнішні можливості, О	Потенційні зовнішні загрози, Т
– зростання доходів населення; – обслуговування нових додаткових груп споживачів; – входження у нові сегменти ринку; – розширення виробництва для задоволення потреб споживачів; – обґрунтоване законодавство.	– інфляція; – зниження рівня доходів населення; – зростання тиску конкурентів; – зміни в потребах і смаках споживачів; – уповільнений темп зростання ринку.

Таблиця 5

SWOT-аналіз для ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості, О	SO Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги, ПАТ «Фірма «Полтавпиво» може увійти в нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів; також завдяки високій прибутковості компанія може збільшити доходи населення; маючи значні виробничі потужності, ПАТ «Фірма «Полтавпиво» може розширити виробництво	SW На основі можливості проникнення на нові сегменти ринку, обслуговування нових додаткових груп споживачів, розширення виробництва компанія може мінімізувати атаки з боку конкурентів, невдалі диверсифікації, «хвороби великої компанії» та розробити ресурсозберігаючу стратегію. Також, використовуючи зростання доходів населення, може вдосконалити систему стимулювання праці
Загрози, Т	ST Маючи високу прибутковість, фірма може знешкодити загрозу інфляції і зниження рівня доходів населення. А завдяки диференціації виробів, підтримці та розвитку іміджу, сильним ринковим позиціям може протистояти змінам у потребах та смаках споживачів, зростанню тиску конкурентів	SW Компанія може спрямувати свою діяльність на мінімізацію неефективної системи стимулювання праці, протистояння атакам з боку ключових конкурентів, уникати необґрунтованої диверсифікації, стежити за доцільністю розмірів виробництва та розробити ефективну ресурсозберігаючу стратегію Також ПАТ «Фірма «Полтавпиво» має звести до мінімуму вплив інфляції, зменшення доходів населення, зміни смаків і потреб споживачів, уповільнення темпів зростання ринку

Таблиця 6

Основні параметри якості продукції ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

Параметр	Од. виміру	Коефіцієнт вагомості	Асортимент пива підприємства					
			«Rigas»	«Бочкове»	«Ячмінний колос»	«Жигулівське»	«Діжка розливного»	«Диканські вечори»
Обсяг	л	0,7	Скло, 0,5	ПЕТ, 1,5	Скло, 0,5	ПЕТ, 1,5	Скло, 0,5	Скло, 0,5
Строк придатності	місяць	0,12	6	3	1	4	6	6
Об'ємна частка алкоголю	%	0,25	не менше 4	не менше 3,7	не менше 4,8	не менше 7	не менше 8	не менше 4,2
Частка сухих речовин у вихідному суслі	%	0,28	11,5	11,0	11,8	17,5	20	11
Рекомендована температура споживання	С	0,18	12	11	10	12	14	13
Вартісна характеристика	грн		6,3	7,15	5,8	7,2	8,8	8,9

стратегії реалізації загальної ідеї. Для цього потрібно описати всі проблеми та переваги, які є ПАТ «Фірма «Полтавпиво», і вказати найбільш загальні рішення для них. Потім ці рішення деталізуються за функціональними напрямами (табл. 8).

Таблиця 7

Інтегральні показники конкурентоспроможності пива ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

№ п/п	Сорт пива	Технічні параметри	Економічі параметри	Інтегральний показник
1	Бочкове	1,067	1,086	0,983
2	Ячмінний колос	1,059	1,233	0,859
3	Жигулівське	1,483	1,241	1,195
4	Діжка розливного	1,308	1,517	0,862
5	«Диканські вечори»	1,016	1,534	0,662

Таблиця 8

Набір функціональних стратегій розвитку ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

Сегмент	Характеристика	Стратегія
Виробництво	Забезпечення дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, високої якості проведення подальшого вдосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці	Стратегія підвищення якості продукції. Стратегія диференціації. Стратегія розвитку інновацій
Маркетинг	Подальше вдосконалення та посилення маркетингової політики, збільшення потужності маркетингової збутової політики, розширення каналів розподілу продукції та ринків збуту; вихід на нові сегменти ринку і на нові ринки; вдосконалення маркетингових комунікацій	Стратегія розширення ринків збуту Стратегія інтеграції. Комунікаційна стратегія
Фінанси	Дотримання курсу стабільності основних фінансових показників і поступове збільшення прибутку і рентабельності	Стратегія стабілізації. Стратегія підвищення прибутку
Кадри	Забезпечення збереження раціонально підібраного та розставленого персоналу, випередження темпів приросту продуктивності праці над рівнем заробітної плати, налагодження більш досконалої системи стимулювання праці	Кадрова стратегія. Стратегія нарощення інтелектуального і інноваційного потенціалу
Організаційна культура	Провести роботу щодо створення та засто-сування норм організаційної поведінки; підвищити готовність колективу до змін; переконати трудовий колектив працювати як єдина команда, що має спільні цілі, досягнення яких приведе до задоволення потреб кожного працівника	Стратегія корпоративної єдності

Тому для ПАТ «Фірма «Полтавпиво» необхідним є розроблення напрямів ефективності управління. Для цього необхідно розглянути такі стратегічні альтернативи, а саме стратегії інтеграції, як:

1. Посилення контролю над поставками вихідної сировини для виробництва за рахунок придбання у власність ПАТ «Фірма «Полтавпиво» підприємства, яке виробляє необхідну продукцію.

2. Створення спільного підприємства з голландським концерном «Heineken» для організації експортного збуту продукції ПАТ «Фірма «Полтавпиво» на європейські ринки.

Спільне підприємство планується створити з ініціативи ПАТ «Фірма «Полтавпиво» з голландським концерном «Heineken», що передбачає розміщення на базі українських активів ПАТ «Фірма «Полтавпиво». Можливі переваги такого союзу наведемо в таблиці 9.

Зазначимо, що фактично основна мета створення спільного підприємства ПАТ «Фірма «Полтавпиво» та голландським концерном «Heineken» полягає у тому, щоб замкнути та оптимізувати ланцюг «виробництво – експортний збут» (зазначимо, що вся продукція, вироблена в межах створеного спільного підприємства на додаткових виробничих потужностях, буде експортуватися на європейський ринок; домогтися мінімізації собівартості продукції; забезпечити перехід до програм тотального управління якістю за рахунок тестування вихідної сировини та матеріалів, забезпечити їх високу якість.

Однією з основних переваг створення спільного підприємства для ПАТ «Фірма «Полтавпиво» є використання спільних каналів збуту продукції на європейських ринках країн (це канали збуту голландського концерну «Heineken», яке зуміло налагодити ефективну систему збуту майже в усіх європейських країнах. Структурна схема системи збуту продукції спільного підприємства наведена на рисунку 3.

Зазначимо, що основну частину експортного збуту продукції спільного підприємства ПАТ «Фірма «Полтавпиво» та голландського концерну «Heineken» планується здійснювати через мережу власних дистриб'юторів концерну, далі за обсягами продажів ітимуть незалежні оптові компанії; значно менші обсяги збуту забезпечуватиме фірмова торгівля через

магазини, які належать голландському концерну «Heineken», та пряма робота з найбільш крупними супермаркетами на європейських ринках.

Основними цілями створення спільного підприємства для ПАТ «Фірма «Полтавпиво» є можливість нарощування обсягів діяльності за рахунок організації експорту на перспективний європейський ринок.

Передбачається, що статутний фонд спільного підприємства становитиме 8,75 млн. грн., при цьому вклад у статутний фонд спільного підприємства голландської сторони становить 4,7 млн. грн. (53,7%), вклад української сторони – 4,05 млн. грн. (46,3%). Склад та структура власників спільного підприємства представлені в таблиці 10.

Для реалізації зазначеного проекту буде сформовано склад та структуру вкладень учасників у створення спільного підприємства (табл. 11).

Дані таблиці 11 свідчать, що 62,9% статутного фонду спільного підприємства створено за рахунок основних засобів, 29,7% – за рахунок грошових коштів і 7,4% статутного фонду – за рахунок внеску товарно-матеріальних цінностей.

Плановий звіт про фінансові результати під час реалізації інвестиційного проекту наведено у табл. 12.

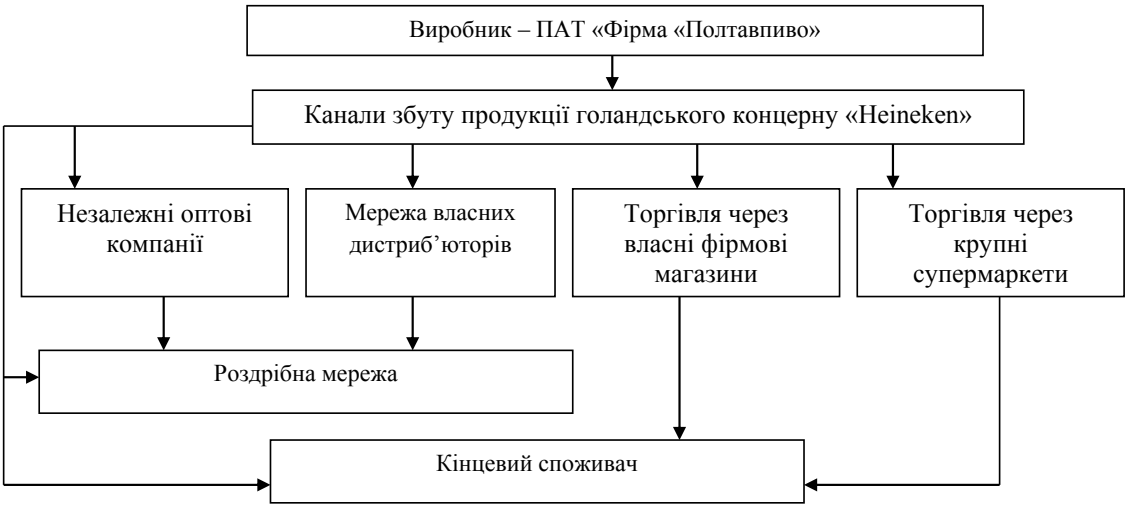


Рис. 3. Структурна схема системи збуту продукції спільного підприємства (СП)

Таблиця 9

Очікувані переваги створення спільного підприємства (з погляду отримання ефекту синергії)

Ознака синергізму	Переваги
1. Поєднання збутових потенціалів (сфера маркетингу)	Розширення обсягів збуту, економія на комерційних витратах
2. Поєднання техніко-технологічних потенціалів (сфера виробництва)	Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції
3. Поєднання науково-дослідницьких потенціалів (сфера НДДКР)	Прискорення інноваційних процесів
4. Поєднання кадрових потенціалів (сфера трудових відносин)	Підвищення продуктивності праці
5. Поєднання каналів матеріально-технічного забезпечення	Удосконалення техніко-технологічної бази
6. Поєднання фінансових потенціалів (спільне інвестування)	Розподіл інвестиційних ризиків; досягнення валютної самоокупності
7. Поєднання управлінських потенціалів	Підвищення якості та оперативності управлінських рішень; обопільний контроль за виконанням прийнятих рішень

Таблиця 10

Склад та структура власників спільного підприємства

Засновники СП	Внесок у статутний капітал	Частка у власності СП
Концерн «Heineken» (Голландія)	4,7 млн. грн.	53,7%
ПАТ «Фірма «Полтавпиво» (Україна)	4,05 млн. грн.	46,3%

З приведеного звіту у таблиці 12 видно, що інвестиційний проект починає приносити прибуток, починаючи з 2019 р. – року його реалізації. Загальна сума чистого прибутку після оподатковування (з урахуванням збитків, отриманих у перший рік реалізації проекту) становитиме 4157,1 тис. грн. Отже, загальна сума чистого прибутку від діяльності спільного підприємства за 5 років становить 4157,5 тис. грн. Оскільки частка ПАТ «Фірма «Полтавпиво» в статутному капіталі СП становить 43,6%, то йому, відповідно, належить 4157,5 х 0,436 = 1812,67 тис. грн. чистого прибутку після оподаткування. З огляду на те, що сума інвестиційних вкладень ПАТ «Фірма «Полтавпиво» в створення СП становить 4,05 млн. грн., отримання чистого прибутку на вкладений капітал у сумі 1812,67 тис. грн. є позитивним результатом (в цьому разі рівень прибутковості інвестицій становить близько 45%).

Однак слід зазначити, що оцінка ефективності проекту за цим показником не враховує зміни вартості грошей у часі. Тому тепер, коли ми навели всі розрахунки основних показників інвестиційного проекту, проведемо аналіз економічної ефективності запропонованого проекту за допомогою коефіцієнтів, які найбільш часто використовуються у світовій практиці оцінки інвестиційних проектів і які враховують зміну вартості грошей у часі. Для того щоб розрахувати усі показники економічної ефективності інвестиційного проекту, необхідно насамперед розрахувати прогноз фінансових потоків по проекту Cash Flow у таблиці 13.

Розрахунок основних показників економічної ефективності з урахуванням ставки дисконту у 20 % наведено у таблиці 14.

З таблиці 14 доходимо висновку, що чиста поточна вартість (NPV) проекту становить 2902,1,0 тис грн., що свідчить про його ефективність. Прибутковість (рентабельність) проекту розраховується шляхом відношення чистої поточної вартості проекту до стартових інвестицій у проект і становить (1+2902,1/8705)*100%= = 133,3%. Строк окупності цього проекту становить 3,3 року. Внутрішню норму прибутковості знайдемо за допомогою графічного методу (рис. 4).

Дані рисунку 4 свідчать, що внутрішня норма прибутковості проекту становить близько 42%, що свідчить про наявність значного запасу міцності проекту.

Висновки. Таким чином, для виходу на європейський ринок ПАТ «Фірма «Полтавпиво» необхідно здійснити такі кроки: підвищити якість продукції, дослідити зовнішній ринок, провести оцінку експортного потенціалу, розробити експортний план, створити спільне підприємство з голландським концерном «Heineken».

Таблиця 11

Склад та структура вкладень учасників у статутний фонд СП

Засновники СП	Сума вкладу, млн. грн.	Частка, %
1	2	3
Концерн «Heineken»	4,7	53,7
у тому числі		
внесок у вигляді постачання устаткування	3,29	37,6
внесок у вигляді грошових коштів	1,41	16,1
ПАТ «Фірма «Полтавпиво» (Україна)	4,05	46,3
у тому числі		
внесок у вигляді основних фондів	1,39	15,9
внесок у вигляді грошових коштів	1,16	13,3
внесок у вигляді матеріальних цінностей	1,50	17,1
Разом	8,75	100,0%

Таблиця 12

Плановий (прогнозний) звіт про фінансові результати за 2018–2022 рр. (тис. грн.)

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Доходи від реалізації	2204,0	5435,0	6683,0	8232,0	10125,0
Собівартість продукції	3156,0	4224,0	4638,0	5156,0	5647,0
Валовий прибуток	–952,0	1211,0	2045,0	3076,0	4478,0
Адміністративні витрати	150,0	220,0	340,0	340,0	340,0
Збутові витрати	28,0	371,1	477,7	555,0	612,9
Фінансовий результат операційної діяльності	–1130,0	620,0	1227,0	2181,0	3525,0
Податок на прибуток	0,0	186,0	368,1	654,3	1057,5
Чистий прибуток (збиток)	–1130,0	434,0	858,9	1526,7	2467,5

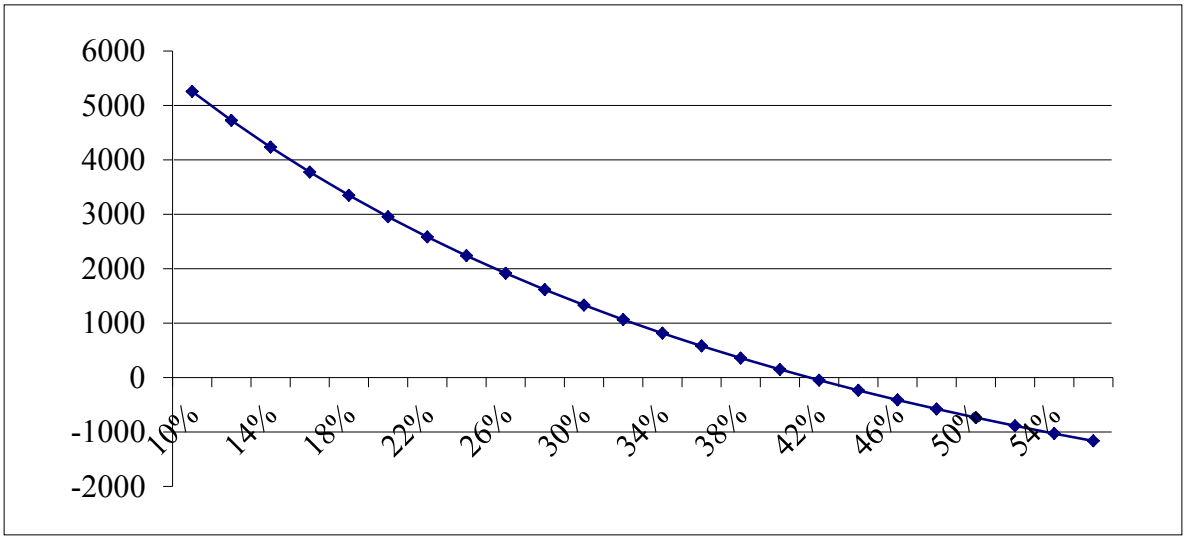


Рис. 4. Визначення IRR інвестиційного проекту

Таблиця 13

Грошові потоки по проекту за 2018–2022 рр.

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
1	2	3	4	5	6
Надходження від операційної діяльності					
Чиста виручка від реалізації	2204,0	5435,0	6683,0	8232,0	10125,0
Амортизація устаткування	900,0	900,0	900,0	900,0	900,0
Всього надходжень від операційної діяльності	3104,0	6335,0	7583,0	9132,0	11025,0
Видатки по операційній діяльності					
Витрати на обслуговування обладнання	54,3	87,8	111,0	128,9	151,4
Витрати на оплату праці персоналу (з нарахуваннями)	901,7	1003,4	1090,9	1272,5	1495,4
Витрати на сировину та матеріали	1170	2070	2350	2645	2854
Інші виробничі витрати	130,4	163,1	186	209,4	246,1
Адміністративні витрати	150	220	340	340	340
Збутові витрати	28	371,1	477,7	555	612,9
Податок на прибуток	0,0	186,0	368,1	654,3	1057,5
Всього операційних витрат	2434,4	4101,4	4923,7	5805,1	6757,3
Видатки (–) та надходження (+) по інвестиційній діяльності					
Стартові інвестиції в проект	–6250,0				
Недоамортизована частина ОФ на кінець терміну реалізації проекту					+1750,0
Чистий потік інвестиційної діяльності	–6250,0	0,0	0,0	0,0	1750,0
Всього приплив коштів по проекту	3104,0	6335,0	7583,0	9132,0	11025,0
Всього відтік коштів по проекту	8684,4	4101,4	4923,7	5805,1	5007,3
Чистий грошовий потік	–5580,4	2233,6	2659,3	3326,9	6017,7

Таблиця 14

Дисконтовані грошові потоки проекту створення спільного підприємства за 2018–2022 рр.

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Чистий грошовий потік, тис. грн.	–5580,4	2233,6	2659,3	3326,9	6017,7
Дисконтний множник	1	0,833	0,694	0,579	0,482
Дисконтований грошовий потік, тис. грн.	–5580,4	1861,3	1846,7	1925,3	2902,1

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гребінчук О.М. Стратегічне, тактичне та оперативне управління машинобудівних підприємств / О.М. Гребінчук. 2010. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=349.
2. Дергачова В.В. Формування конкурентних переваг підприємств в умовах різновекторної інтеграційної спрямованості / В.В. Дергачова, Т.В. Трихліб // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2013. № 10. С. 81–86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_15.
3. Друри К. Управленческий и производственный учет: учебник / пер.с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 320 с.
4. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 304 с.
5. Левківський В.М. Теоретичні засади формування та розвитку міжнародної економічної інтеграції / В.М. Левківський, В.Г. Антоненко // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1: Економіка. 2012. Вип. 2. С. 120–124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu_2012_2_20.
6. Липин А.С. Оценка интеграционных процессов в Едином экономическом пространстве на примере торговли товарами / А.С. Липин, О. В. Полякова. 2014. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/investigations/Documents/lipin_polyakova1.pdf.
7. Мирошніченко О. Базовий посібник з інтернаціоналізації бізнесу і виходу на ринки Європейського Союзу [Електронний ресурс] / Олег Мирошніченко. 2014. URL: http://blog.vlasnasprava.info/wp-content/uploads/Інтернаціоналізація%20бізнесу%20.pdf.
8. Міжнародна економіка [текст] : навч. посіб. / За ред. Г.Е. Гронтковської / Г.Е. Гронтковська, О.І. Ряба, А.М. Венцурик, О.І. Красновська. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 384 с.
9. Міжнародна економіка. Підручник / За ред. А.О. Задої, В. М. Тарасевича. К.: Центр учбової літератури, 2012. 416 с.
10. Овчар І. В. Україна і Росія – інтеграційна політика та міждержавна співпраця / І. В. Овчар // Держава і право. 2010. – Випуск № 49. С. 731–737.
11. Ратошнюк Т.М. Перспективи розвитку хмелярства України в контексті євроінтеграційних процесів / Т.М. Ратошнюк // Економіка АПК. 2008. № 4. С. 59–62.

УДК 330

ОЦІНКА СИНЕРГЕТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В АПК УКРАЇНИ

ASSESSMENT OF SYNERGIC POTENTIAL OF THE STATE-PRIVATE PARTNERSHIP IN UKRAINIAN AIC

Косач І.А.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління та менеджменту організацій,
Чернігівський національний технологічний університет

Розглянуто сутність синергетичного потенціалу державно-приватного партнерства та його значення для впровадження відносин партнерства в АПК України. Запропоновано методику оцінки синергетичного потенціалу державно-приватного партнерства, визначено основні показники для проведення оцінки. Наведено результати оцінки синергетичного потенціалу державно-приватного партнерства із застосуванням кластерного аналізу.

Ключові слова: *агропромисловий комплекс, державно-приватне партнерство, синергія, потенціал.*

Рассмотрены сущность синергетического потенциала государственно-частного партнерства и его значение для внедрения отношений партнерства в АПК Украины. Предложена методика оценки синергетического потенциала государственно-частного партнерства, определены основные показатели для проведения оценки. Приведены результаты оценки синергетического потенциала государственно-частного партнерства с применением кластерного анализа.

Ключевые слова: *агропромышленный комплекс, государственно-частное партнерство, синергия, потенциал.*

The essence of synergistic potential of public-private partnership and its importance for implementation of partnership relations in the agroindustrial complex of Ukraine have been considered. The method of estimating of the public-private partnership synergistic potential has been proposed, the main indicators for evaluation have been determined. The results of evaluation of the public-private partnership synergistic potential with the usage of cluster analysis have been presented.

Key words: *agro-industrial complex, public-private partnership, synergy, potential.*

Постановка проблеми. Стійкий розвиток АПК є запорукою забезпечення продовольчої безпеки країни, а щільна взаємодія та співпраця суб'єктів державного і приватного секторів економіки із послідовним розвитком малих та середніх сільгоспвиробників є ознакою стабільного функціонування сільськогосподарського виробництва. Саме в цьому контексті повинні відбуватися сучасні інтеграційні процеси в АПК на базі стійкого відродження сільськогосподарського виробництва, застосування нових вимірів та підходів. При цьому вважаємо за доцільне зазначити, що забезпечення ефекту від партнерської взаємодії шляхом формування вигідних для всіх учасників відносин залежить від рівня синергетичного потенціалу державно-приватного партнерства (ДПП).

Одним із найважливіших питань формування взаємодії бізнес-структур та державного сектору є зіставлення й оцінка майбутніх перспектив їхнього розвитку з урахуванням потенціалу, закладеного у процесах такої взаємодії. Особливо актуальною стає ця проблема, якщо враховувати той факт, що і державний сектор, і суб'єкти господарювання, що взаємодіють у процесі інтеграції, повинні забезпечувати створення споживчої цінності на основі реалізації принципів ресурсозбереження та економічної ефективності. Питання організації взаємодії органів влади і бізнесу і, як наслідок, управління потенціалом подібної взаємодії в умовах сьогодення мають особливу важливість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На ресурсній основі потенціалу акцентує увагу К. Шапошников, розглядаючи його як систему взаємопов'язаних ресурсів [1; с. 208] і вказуючи на те, що потенціал інтеграційних процесів в сучасних умовах національної економіки використовується далеко не повною мірою, а реалізовані на практиці інтеграційні процеси за високої капіталоємності не дають належної віддачі [1, с. 379]. У своїх дослідженнях В. Тищенко пропонує використання терміна «база розвитку публічно-приватного партнерства» ($БР_{ппп}$),

основою для формування якої є потенціал. При цьому під $БР_{ппп}$ автор розуміє «можливості результативної взаємодії публічного та приватного партнерів в широкому спектрі сфер діяльності» [2, с. 325]. О. Левковець наголошує на важливості дослідження потенціалу ДПП [3]. Поняття «потенціал ДПП» є в наукових працях І. Запатріної [4], а Н. Бутенко розглядає потенціал взаємин партнерських відносин [5; с. 45].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питання організації взаємодії органів влади і бізнесу і, як наслідок, управління потенціалом подібної взаємодії в умовах сьогодення мають особливу важливість, проте вони недостатньо опрацьовані в теоретичному і практичному плані. Комплексне дослідження синергетичного потенціалу ДПП не розглядається в сучасних наукових працях, що стає особливо актуальним, оскільки його результати дали б можливість точніше визначити вектор розвитку підприємств АПК та формування відносин держано-приватного партнерства.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є комплексна оцінка синергетичного потенціалу державно-приватного партнерства як базису формування інтеграційних структур, побудованих на засадах ДПП, та вибір напрямів партнерської взаємодії та проектів ДПП.

Виклад основного матеріалу дослідження. Синергетичний потенціал ДПП нами пропонується розуміти як комплексне поняття, що об'єднує в собі широкий спектр ресурсів партнерства, які визначають можливість реалізації партнерської взаємодії та забезпечують її стійкість. Застосування ресурсного критерію дає змогу виділити виробничий, інноваційний, трудовий, інвестиційний, інституційний та ринковий потенціали як складники синергетичного потенціалу ДПП. Синергетичний потенціал ДПП як потенціал взаємодії залежить від рівня потенціалу суб'єктів партнерства та зовнішніх умов (попиту споживачів, рівня конкуренції в галузі, державної підтримки). Однією з головних умов, що сприяють ефективному соціально-економічному розвитку АПК, є оптимальне поєднання ресурсів приватного сектору та держави. Здатність мобілізації достатнього обсягу матеріально-сировинних, інвестиційних, інформаційних, трудових ресурсів, їх поєднання у процесі реалізації партнерської взаємодії та ефективного їх використання в певному галузевому напрямі визначає синергетичний потенціал ДПП. Особливе значення для формування такого потенціалу має спільна діяльність щодо вирішення завдань соціально-економічного розвитку АПК. Провести оцінювання розташування у просторі синергетичного потенціалу ДПП для оцінки передумов реалізації вищезазначених інтеграційних процесів можна із застосуванням кластерного аналізу, що обґрунтовано автором в дослідженні у науковій праці [6]. Як було запропоновано, проведення кластерного аналізу полягає у визначенні спільних ознак результатів діяльності сільськогосподарських підприємств України за регіонами. Таким чином, головне призначення кластерного аналізу – розбиття території України на кластери з близькими показниками синергетичних потенціалів ДПП, отримання середніх значень параметрів синергетичних потенціалів ДПП для кожного кластера, виявлення областей з високим, середнім, низьким синергетичним потенціалом ДПП.

Зі всього обсягу показників синергетичного потенціалу ДПП пропонується вибрати найсуттєвіші для кожного складника потенціалу, які більш повно характеризують здатність до впровадження проектів ДПП та розвитку малого та середнього бізнесу в АПК, сприяючи досягненню стратегічних цілей (рис. 1).

Інформаційний потенціал при цьому нами не розглядається, оскільки всі області діють у межах єдиного правового поля та рівних інституційних можливостей. За рівнем синергетичного потенціалу ДПП за допомогою програмного забезпечення SPSS Statistica були сформовані такі кластери (або групи) областей:

– кластер 1 – Вінницька область;
– кластер 2 – Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Луганська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька;
– кластер 3 – Дніпропетровська, Київська, Кіровоградська, Одеська, Сумська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська;
– кластер 4 – Полтавська область;
– кластер 5 – Миколаївська, Херсонська, Запорізька області [6].

Під час формування системи показників необхідно враховувати один важливий момент – характер цих показників, оскільки не всі вони мають однакову одиницю виміру. Вони повинні бути не абсолютними величинами, а відносними для забезпечення їхньої узгодженості та зіставлення (табл. 1).

Графічно оцінку синергетичного потенціалу ДПП в агропромисловому комплексі нами пропонується здійснити шляхом побудови радарів потенціалу за обраними показниками складників. На рис. 2 репрезентовано радар синергетичного потенціалу ДПП для 1 кластеру (групи) областей.

Побудовані радари параметрів синергетичного потенціалу ДПП дають комплексну уяву про відхилення фактичних значень показників від еталонних, за які взяті найкращі значення синергетичного потенціалу ДПП у розрізі виробничого, ринкового, трудового, інноваційного та інвестиційного складнників.

Узагальнимо результати проведеного аналізу і зробимо спробу здійснити інтегральну оцінку рівня синергетичного потенціалу ДПП.

Нами виділено кластери з високим (більше 2), середнім (від 1 до 2) та низьким (менше 1)

Рис. 1. Показники для проведення аналізу синергетичного потенціалу ДПП

Джерело: розробка автора

рівнем синергетичного потенціалу ДПП. Під час оцінки складників потенціалу показник отримає «+», якщо його значення знаходиться в межах [1;2], «++», якщо приймає значення > 2. За умови належності показника до проміжку <1 оцінка не проводиться. За кожен «+» показник отримає 1 бал (табл. 2).

Отже, згідно з результатами, наведеними в таблиці 2, визначені кластери областей мають різні комбінації оцінки рівня синергетичного потенціалу ДПП.

Синергетичний потенціал ДПП в контексті нашого дослідження може бути визначений аналітичним шляхом, з метою чого нами пропонується розрахунок інтегрального критерію синергетичного потенціалу ДПП, який може бути визначений за такою формулою:

$$I = \frac{S}{S_p} \qquad (1)$$

де *Sp* – площа радара, що відповідає синергетичному потенціалу ДПП окремого кластера областей;

S – загальна площа оціночного багатокутника.

Площа *i*-го радара визначається за формулою:

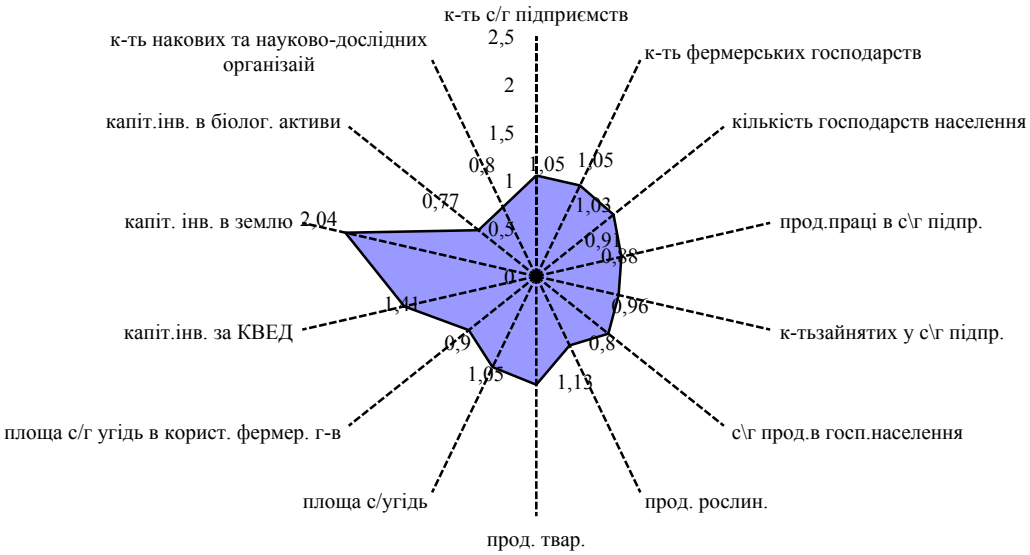


Рис. 2. Радар параметрів синергетичного потенціалу ДПП

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 1

Показники динаміки складників синергетичного потенціалу ДПП в АПК України

Індекси складових синергетичного потенціалу ДПП	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 5
Ринковий потенціал індекс зміни кількості сільськогосподарських підприємств;	1,05	0,88	1,01	1,02	1
індекс зміни кількості особистих селянських господарств;	1,03	1,1	0,83	1,02	1
індекс зміни кількості фермерських господарств	1,05	0,9	1,01	1,02	0,9
Трудовий потенціал індекс динаміки продуктивності праці в сільськогосподарських підприємства;	0,91	0,99	1,1	1,13	1,1
індекс зміни кількості зайнятих у сільськогосподарських підприємствах	0,88	0,87	0,8	0,92	0,97
Виробничий потенціал індекс динаміки обсягу сільськогосподарської продукції у господарствах населення;	0,96	0,86	0,98	1,03	1
індекс динаміки продукції рослинництва	0,8	1,82	0,95	1,1	1,1
індекс динаміки продукції тваринництва	1,13	0,92	1,16	0,98	0,96
індекс зміни площі сільськогосподарських угідь	1,05	1	1	0,99	1
індекс зміни площі сільськогосподарських угідь, що знаходяться у фермерських господарствах	0,9	0,88	0,88	1,04	0,98
Інвестиційний потенціал: індекс динаміки капітальних інвестицій за КВЕД;	1,41	1,7	1,57	1,28	1,9
індекс динаміки капітальних інвестицій в землю;	2,04	2,03	1,18	2,4	2,36
індекс динаміки капітальних інвестицій в біологічні активи	0,77	0,9	1,85	1,15	0,74
Інноваційний потенціал кількість наукових та науково-дослідних організацій	0,8	0,85	0,91	0,83	0,93

Джерело: сформовано автором за проведеними розрахунками

Таблиця 2

Інтегральна оцінка синергетичного потенціалу ДПП за структурними складниками

№ кластера	Ринковий потенціал ДПП	Трудовий потенціал ДПП	Виробничий потенціал ДПП	Інвестиційний потенціал ДПП	Інноваційний потенціал ДПП	Кількість балів
1	+++++++	++	++++++	++++++	++	23
2	+++++	++	+++++++	+++++++	+	22
3	+++++	+++	++++++	++++++	+	21
4	+++++	+++	++++++	++++++	+	21
5	+++	+++	+++++++	++++++	+	20

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 3

Визначення інтегрального критерію синергетичного потенціалу ДПП у розрізі кластерів областей

№ кластера	Області, що входять до кластера	Площа радара синергетичного потенціалу ДПП	Площа оціночного багатокутника	Інтегральний критерій синергетичного потенціалу ДПП
Кластер 1	Вінницька	1,423	1,875	0,757
Кластер 2	Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Луганська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька	1,375	1,875	0,733
Кластер 3	Дніпропетровська, Київська, Кіровоградська, Одеська, Сумська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська	0,964	1,875	0,512
Кластер 4	Полтавська	0,809	1,875	0,426
Кластер 5	Запорізька, Херсонська, Миколаївська	0,771	1,875	0,410

Джерело: розрахунки автора

$$S_i = \sin(\frac{360}{n}) * \frac{(A_1A_2 + A_2A_3 + ... + A_nA_1)}{2}, \quad (2)$$

де n – кількість вісей радара (кількість показників оцінки); $A_1 \ldots A_n$ – координати показників на відповідних вісях.

Площа оціночного багатокутника визначається за формулою:

$$S = \frac{1}{2}R^2 n * \sin(\frac{360}{n}), \quad (3)$$

де R – радіус описаного кола, од. [7].

Результати розрахунку інтегрального критерію синергетичного потенціалу наведено в таблиці 3.

За результатами розрахунків можуть бути встановлені цільові параметри за кожним кластером, що орієнтовані на перспективу і дозволяють визначити траєкторію оптимізації синергетичного потенціалу ДПП за обраними параметрами збалансованої системи показників.

Отже, за результатами дослідження, найсильніші позиції мають області, що належать до 1 та 2 кластерів. У цих кластерах областей найбільш сприятливе середовище ддля сполучення джерел фінансування та зусиль держави і приватного партнера, незважаючи на діяльність у зазначених областях агрохолдингових компаній. Саме в цих областях вірогідність отримання позитивного синергетичного ефекту є найвищою.

У кластерах 3 і 4 діяльність функціонуючих агрохолдингів, що є монополістами на агроринку, може привести як до позитивного, так і до негативного ефекту синергії. Для областей, що входять до кластера 3, доцільно звернути увагу саме на інвестиційні проекти в напрямі розвитку біологічних активів. Підтримки в активізації діяльності малого бізнесу в АПК потребують області, що входять до 4 і 5 кластерів.

Найбільш вразливим є кластер 5, отже, і політика підтримки малого бізнесу в цій області за допомогою участі в проектах ДПП має передбачати компенсуючі заходи щодо подолання небажаного впливу конкурентного середовища.

Висновки. Враховуючи специфіку у кожній групі областей, доцільно сформувати пріоритетні напрями реалізації проектів державно-приватного партнерства та сільськогосподарського виробництва як базису інтеграції господарюючих суб'єктів. Усі перелічені заходи, визначені нами як пріоритетні для окремих кластерів областей, у сукупності повинні бути пов'язані в цілісну систему під час розроблення заходів Стратегії розвитку державно-приватного партнерства в АПК.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шапошников К.С. Обгрунтування соціально-економічної сутності поняття «ресурсний потенціал»/ К.С. Шапошников// Економіка та інновації. 2013. № 52. С. 206–210.
2. Тищенко В.Ф. Економіка знань як актуальна основа сучасного розвитку України та її регіонів: монографія / В.Ф. Тищенко. Х.: Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 272 с.
3. Левковець О.М. ДПП як інструмент економічних реформ (теоретичний аспект)/ О.М. Левковець// Вісник національного університету «Юридична академія наук України ім. Я. Мудрого». № 4(11). 2012. С. 18–32.
4. Запатріна І.В. Публічно-приватне партнерство в Україні: перспективи застосування для реалізації інфраструктурних проектів і надання публічних послуг/ І.В. Запатріна// Економіка і прогнозування. 2010. № 4. С. 62–86.
5. Бутенко Н.В. Розвиток партнерства в національній економіці : монографія / Н.В. Бутенко ; НАНУкраїни, Ін-т економіки пром-сті. К., 2015. 358 с.
6. Косач І.А. Оцінка передумов управління інтеграційними процесами в АПК на засадах державно-приватного партнерства з використанням кластерного аналізу/ І.А. Косач // Інтелект XXI. 2017. № 3. С. 30–36.
7. Пістунов І.М. Кластерний аналіз в економіці : навч. посіб. / І.М. Пістунов, О.П. Антонюк, І.Ю. Турчанінова. Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2008. 84 с.

УДК 330.133.2

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО РИНКУ ЗАСОБІВ ВИРОБНИЦТВА

PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF THE COMMODITY MARKET OF PRODUCTION FACILITIES

Ляшко І.І.
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Донецький державний університет управління (м. Маріуполь)

Єременко О.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Донецький державний університет управління (м. Маріуполь)

У статті висвітлено сутність та особливості становлення ринку засобів виробництва, обґрунтовано необхідність його розвитку. Досліджено організаційно-економічні принципи його формування. Виявлено основні функції, що виконує ринок в економічній системі суспільства. Розглянуто складники інфраструктури ринку засобів виробництва.

Ключові слова: *ринок, засоби виробництва, товарний обіг, розвиток, принципи, функції, матеріальні ресурси, економічна система, ринкова інфраструктура, товаровиробники.*

В статье освещены сущность и особенности становления рынка средств производства, обоснована необходимость его развития. Исследованы организационно-экономические принципы его формирования. Выявлены основные функции, которые выполняет рынок в экономической системе общества. Рассмотрены составляющие инфраструктуры рынка средств производства.

Ключевые слова: *рынок, средства производства, товарный оборот, развитие, принципы, функции, материальные ресурсы, экономическая система, рыночная инфраструктура, товаропроизводители.*

The article highlights the essence and peculiarities of the creation of the market of means of production, the necessity of its development is substantiated. The organizational and economic principles of its formation are investigated. The main functions that the market performs in the economic system of society are revealed. The components of the infrastructure of the means of production are considered.

Key words: *market, means of production, commodity circulation, development, principles, functions, material resources, economic system, market infrastructure, commodity producers.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. У сучасний період в умовах економічної кризи, в якій нині перебуває країна, досить актуальним стає питання розвитку ринку засобів виробництва. Підприємства різних галузей опинилися у дуже складному становищі, коли ринок заповнений продукцією іноземного виробництва, що не завжди відрізняється якістю й уступає місцевій продукції, але виграє у ціні. Тому у сучасних умовах господарювання однією з дуже важливих проблем вітчизняної економіки є створення ринку матеріальних ресурсів, що характеризується високим ступенем самозбалансованості і саморегулювання.

Актуальність дослідження полягає у тому, що в сучасних умовах розвитку економіки існує проблема обмеженості майже всіх ресурсів, а це має прямий вплив на виробництво. Саме тому розвинутий ринок засобів виробництва має сприяти розвитку конкуренції між товаровиробниками і власниками ресурсів, переливу капіталу між галузями і регіонами, реалізації товарів за цінами рівноваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язанняданої проблеми і на які спираються автори. Актуальність проблеми формування ринку засобів виробництва на сучасному етапі розвитку економіки привертає увагу багатьох учених та практиків. Дослідженню проблем товарних ринків присвячено праці Дж. Букана, І.Я. Іпполітової, В.П. Єфімова, А.В. Музики, Н.Й. Коніщевої, О.А. Кроллі, С.О. Куліша, О.В. Коростишева, С.В. Макарова, В.Г. Василькова, А.В. Гриньова, П.С. Смоленюка та ін.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Основна мета статті полягає у дослідженні питань, що пов'язані з передумовами створення ринку засобів виробництва, а також факторами його формування та розвитку.

Для досягнення поставленої цілі було визначено такий комплекс завдань, які вимагають вирішення:

– дослідження суттєвості та значення ринку засобів виробництва;

– обґрунтування необхідності та дослідження принципів формування ринку матеріальних ресурсів;

– визначення методів вивчення ринку засобів виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Ринок виник одночасно з товарним виробництвом як його невід'ємна частина і характеризується саме тим, що продукт виробляється не для власного споживання, а на продаж. Ринок керується дією таких основних законів, як закон попиту і пропозиції, закон вартості, закон конкуренції та закон грошового обігу [1, с. 155].

Створення ринку засобів виробництва означає перехід від фондового розподілу матеріальних ресурсів до застосування широкого спектру товарно-грошових відносин і в умовах ринкових відносин має базуватися на високому рівні економічної та юридичної самостійності господарських систем, що проявляються у [2, с. 201]:

– праві підприємства формувати свою виробничу програму з урахуванням попиту (замовлень), керуючись власною вигодою;

– вільному виборі контрагентів під час забезпечення матеріальними ресурсами;

– свободі вибору часу закупок матеріальних ресурсів;

– самостійному визначенні договірних цін з урахуванням витрат на виробництво й якості матеріалів;

– ліквідації монополії постачальників, посередників через створення аналогічних підприємств.

Таким чином, ринок – це комплексне поняття, яке включає в себе сферу обміну товарів, економічний простір (місце), на якому відбуваються обмін товарів та товарно-грошові відносини, систему вільного руху товарів [3, с. 117].

У ринкових відносинах бере участь безліч суб'єктів: виробники, споживачі, посередники. На ринку складається відповідна кон'юнктура, тобто співвідношення між попитом та пропозицією як за окремими товарами та групами, так і за товарною масою у цілому. Попит на ринку засобів виробництва являє собою потенційну потребу в товарах, забезпечену відповідною сумою грошей, яку покупець може витратити на придбання товарів та ресурсів. Попит може бути декількох видів:

1. Інтенсивний попит – властивий початковому стану виходу товару на ринок.

2. Стабільний попит – сформований. Існує на етапі масового виробництва і продажу товару.

3. Скоригований попит – тенденція зростання запасів та товару.

4. Відсутність попиту – товар практично не купується.

Потенційна пропозиція же визначається за сукупністю договорів на поставку товару постачальниками на певний період.

Отже, ринок засобів виробництва – це сукупність економічних відносин між самостійними суб'єктами господарської діяльності, що виникають у сфері обігу, у зв'язку з продажом-купівлею товарів, призначених для виробництва нових продуктів і послуг.

Ринок засобів виробництва є складовою частиною інтегрованого ринку, який являє собою складну ринкову структуру. Його формування здійснюється на основі таких організаційно-економічних принципів:

1. Використання закономірностей товарного виробництва і товарно-грошових відносин.

2. Господарська самостійність та економічна відповідальність у процесі купівлі-продажу матеріальних ресурсів.

3. Можливість вільного вибору контрагентів економічних зв'язків із купівлі-продажу засобів виробництва.

4. Наявність розвинутої інфраструктури ринку.

5. Державне регулювання процесів розвитку і функціонування ринку засобів виробництва.

Важливою умовою функціонування ринку засобів виробництва є відповідна структура управління як на державному, так і на регіональному рівнях та підприємствах.

В економічній системі суспільства ринок має виконувати такі функції:

1. Техніко-економічну. Забезпечує рух товарів і послуг від виробника до споживача. Її виконання пов'язане з відповідними затратами праці, засобів виробництва і коштів. Це вимагає інтенсивного господарювання.

2. Регулюючу. Виступає як досконалий інструмент саморегулювання товарного виробництва. Оперативно реагує на зміни, що відбуваються в економічному житті суспільства.

3. Стимулюючу. Стимулює виробництво саме тих товарів, які необхідні споживачам. Конкурентна боротьба на ринку змушує підприємців оновлювати продукцію, розширювати її асортимент, поліпшувати її якість [4, с. 401].

Отже, ринок засобів виробництва базується на зацікавленості товаровиробників у випуску високоякісної продукції і гарантує розвиток підприємницької діяльності, структурну перебудову економіки на основі цільових програм.

Дослідження показують, що розвиток нових галузей економіки, постійне розширення номенклатури матеріальних ресурсів, поява зовсім нових видів сировини з новими фізичними та хімічними властивостями робить ринок розвинутих країн менш відомим, а це вимагає його вивчення.

Треба зауважити, що вивчення ринку матеріальних ресурсів передбачає:

– системний збір, обробку, аналіз і оцінку інформації про потенційних постачальників, асортимент матеріальних ресурсів, про нові технології виготовлення важливих матеріалів, ціни на сировину і матеріали, напівфабрикати, паливо, енергію тощо;

– прогнозування тенденцій на перспективний період змін основних параметрів ринку: цін, обсягу виробництва матеріалів, сировини, енергії, запасів товарно-матеріальних цінностей, появи нових ресурсів, постачальників, можливостей імпорту ресурсів;

– розроблення на цій основі ефективної політики закупок, яка б дала змогу оптимізувати затрати на придбання матеріальних ресурсів.

Слід наголосити, що сучасний маркетинг рекомендує вивчати ринок матеріальних ресурсів за допомогою прямих і допоміжних методів.

Прямий метод передбачає одержання інформації про кон'юнктуру ринку безпосередньо від резидентів із чотирьох джерел: контакти з постачальниками; контакти з посередниками; відвідування ярмарків і виставок, що дає інформацію про технічні розробки, ціни, якість товарів; поїздки на підприємства-постачальники, що дає змогу визначити їхні можливості щодо забезпечення ресурсами.

Допоміжний метод вивчення ринку матеріальних ресурсів передбачає використання інформації біржових бюлетенів, журналів, газет, каталогів, брошур, проспектів та інформації радіо й телебачення.

Під час вивчення ринку матеріальних ресурсів проробляються варіанти закупки ресурсів з імпорту. Найбільш доцільно закуповувати матеріальні ресурси за кордоном лише тих видів сировини і матеріалів, придбання яких обходиться дешевше. Для малих і середніх підприємств більш раціональними є закупки сировини і матеріалів за кордоном (якщо є така потреба) через посередників, що спеціалізуються на цьому імпорті [5, с. 502].

Функціонування ринку засобів виробництва значною мірою визначається розвитком інфраструктури.

Отже, ринкова інфраструктура – це сукупність суб'єктів матеріального, технічного, організаційного, інформаційного, фінансового і правового характеру, які забезпечують безперервне функціонування ринкового механізму.

Інфраструктура ринку засобів виробництва включає три основних блоки: організаційний, технічний та інформаційний [1, с. 84].

До організаційного блоку належать біржі, оптові магазини, брокерські та дилерські компанії, торговельні дома, ярмарки, виставки, власні комерційні структури певних промислових підприємств, роздрібна торгівля.

До технічного – склади, транспортна система, тарне господарство.

Інформаційний блок забезпечує підприємство необхідними матеріалами у вигляді довідників, реклами, каталогів, норм та нормативних документів, розпоряджень тощо.

Звідси, всі організації і підприємства, що входять до ринкової інфраструктури, мають забезпечити вирішення таких завдань:

– рух матеріалів, сировини від виробника до споживача;

– виробниче-технічне обслуговування основного виробництва;

– рух і відповідність інформаційних потоків.

Аналіз показує, що всі елементи ринкової інфраструктури по-різному впливають на ринок засобів виробництва і що від їх розвитку значною мірою залежать характер і темпи його становлення.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даномунапрямку. Ринкова економіка базується на трьох засадах: свободі підприємництва, конкуренції та еквівалентному обміні. Нині триває процес становлення ринку засобів виробництва, тобто перехід від централізованого розподілу засобів виробництва і прикріплення споживачів до постачальників до вільної торгівлі.

Ринок засобів виробництва, або матеріальних ресурсів, сприяє високій соціальній активності підприємств для забезпечення виробництва і виконує такі функції: визначає суспільну цінність вироблених товарів; установлює необхідні відтворювальні пропорції; забезпечує динамічну відповідність між попитом і пропозицією; ліквідує дефіцит матеріальних ресурсів; дає кожному підприємству реальну можливість у межах своїх фінансових ресурсів забезпечити себе матеріально-технічними засобами.

Отже, створення ринку засобів виробництва означає перехід від фондового розподілу матеріальних ресурсів до застосування широкого спектру товарно-грошових відносин.

Результати аналізу використання засобів виробництва керівництво компанії може застосовувати як основу для прийняття рішень у практиці управління виробничою діяльністю, а саме в реалізації продукції, що виробляється, керуючись своєю стратегією і тактикою, законами і нормами ринкового товарного обігу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. Х.: ІНЖЕК, 2008. 305 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік. Житомир: ЖГТІ, 2011. 229 с.
3. Греак М.Г. Внутрішній економічний механізм підприємства. К.: КНЕУ, 2011. 228 с.
4. Васильков В.Г. Організація виробництва: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2010. 524 с.
5. Музика А.В. Управління матеріальними ресурсами. К.: Просвіта, 2007. 697 с.

УДК 330.366[341.1]

ДОСВІД ЯПОНІЇ У ФОРМУВАННІ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

JAPANESE EXPERIENCE IN FORMATION OF STATE INVESTMENT POLICY

Сержанов В.В.
кандидат економічних наук, доцент,
декан економічного факультету,
Ужгородський національний університет

У статті досліджено досвід Японії у формуванні державної інвестиційної політики. Виявлено, що Японія за весь час формування державної інвестиційної політики дотримувалася принципів, норм та правил Концепції національної «промислової політики», під якою розумілася протекціоністська політика держави. Встановлено, що державна інвестиційна політика передбачала надання податкових та кредитних пільг, які надавалися традиційним галузям перепрофілювання або модернізації виробництва. Паралельно відбувалося як стимулювання пошуку нових і перспективних галузей вкладання капіталів, так і в наявних галузях.

Ключові слова: *інвестиції, інновації, інвестиційна політика, економічна система, рівновага, стійкість, розвиток, глобалізація, гомеостазис.*

В статье исследован опыт Японии в формировании государственной инвестиционной политики. Выявлено, что Япония за все время формирования государственной инвестиционной политики придерживалась принципов, норм и правил Концепции национальной «промышленной политики», под которой понималась протекционистская политика государства. Установлено, что государственная инвестиционная политика предусматривала предоставление налоговых и кредитных льгот, которые предоставлялись традиционным отраслям перепрофилирования или модернизации производства. Параллельно происходило как стимулирование поиска новых и перспективных отраслей вложения капитала, так и в уже существующих отраслях.

Ключевые слова: *инвестиции, инновации, инвестиционная политика, экономическая система, равновесие, устойчивость, развитие, глобализация, гомеостазис.*

The article examines the experience of Japan in shaping the state investment policy. In the course of the study, it was discovered that during the formation of the state investment policy, Japan followed the principles, norms and rules of the Concept of the national "industrial policy", which meant the protectionist policy of the state. It was established that the state investment policy provided for the granting of tax and credit privileges, which were granted to traditional branches of transformation or modernization of production. In parallel, there was a stimulation of the search for new and promising branches of investment of capital in already existing industries.

Key words: *investment, innovation, investment policy, economic system, balance, stability, development, globalization, homeostasis.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Наявний стан інвестиційної політики в економіці України не надає впевненості, що в майбутньому нас очікує розвиток та процвітання або зростання. Важливою виступає потреба в дослідженні світового досвіду формування та реалізації того інвестиційного потенціалу, котрий існував у країнах, що зуміли таким чином представити умови та перспективи інвестування в них, у результаті чого відбувся економічний прорив. Вірно сформовані акценти та правильно вибудувана державна політика сприяли формуванню іміджу інвестиційно привабливої економіки, що успішно залучає інвестиції з різних країн та не менш ефективно ними розпоряджається.

Сучасні умови світової взаємодії, інтеграції та глобалізації дають можливість вивчити світовий досвід у проведенні інвестиційної політики державою та з наявних варіантів вибрати саме ту форму, механізм та спосіб реалізації. котрий уже зарекомендував себе як успішний.

Використання світових напрацювань сприяє вибудовуванню власної моделі державної інвестиційної політики з урахуванням усіх типів, форм та способів реалізації та, зважаючи на внутрішні економічні умови та фактори, досягненню максимального результату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Теоретичні дослідження з даної проблеми стали предметом наукових пошуків багатьох учених. Питання, що стосуються розвитку економіки, її трансформації, пошуку рівноважного стану, у тому числі з урахуванням інвестиційного складника, розглядалися в наукових працях В.М. Геєця, С.А. Єрохіна, М.М. Єрмошенка, В.К. Черняка, Г.К. Ялового, В.Я. Шевчука, І.Ю. Штулер та ін. Проте у сучасних умовах відчувається потреба у вивченні світового досвіду формування державної інвестиційної політики, враховуючи сукупність внутрішніх та зовнішніх умов.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котримприсвячується означена стаття. Нині наша держава потребує залучення коштів інвесторів для їх спрямування на підвищення конкурентоспроможності визначених галузей. Для цього потрібно підвищити інвестиційну привабливість національної економіки, врахувавши низку негативних причин та факторів, що заважають цьому. Для цього слід провести певне порівняння з найбільш успішними прикладами формування державної інвестиційної політики, що існують у світі. Попередньо накопичений світовий досвід слугує невичерпним джерелом аналогів, прикладів та досвіду, котрий варто врахувати, адаптувати та використати для прискорення зростання національної економіки.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є дослідження досвіду економічно розвиненої країни – Японії у формуванні державної інвестиційної політики, яка в умовах обмежених ресурсів та несприятливої економічної ситуації змогла визначити пріоритети інвестиційної політики, спрямовані на стимулювання наукомістких конкурентоспроможних галузей, та вибудувати економічно привабливу інвестиційну політику, що сприяла зростанню її національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Досвід Японії становить особливий інтерес до порядку формування та реалізації інвестиційної політики. Японія є державою, яка зуміла поєднати у власній економіці, з одного боку, відданість традиціям, а з іншого – показала успішний приклад використання і впровадження сучасних передових технологій та інновацій. Така дуальність у підходах сприяла вирішенню проблем подолання неефективної структури економіки, у тому числі промисловості. Нині ця держава у всіх асоціюється з першопостачальником технічних та технологічних новинок, а також як держава, економіка якої стрімко розвивається.

Водночас Японія дотримується принципів, норм та правил так званої Концепції національної «промислової політики», під якою розуміється протекціоністська політика держави. Вжиття національних захисних заходів по відношенню до реального, підприємницького сектору в економіці є нормою не тільки для Японії, а й для всіх високорозвинених країн світу.

Базуючись на засадах вільного ринку, держава відводить ключову роль інвестиційній та промисловій політиці. За норму вважається розподіл сукупного капіталу по визначених галузях у рамках Концепції національної «промислової політики» Японії.

Концепція «промислової політики» зародилася в Японії, де отримала назву «санге сейсаку». Саме завдяки цій Концепції країні вдалося вибудувати ефективну економічну систему. Переваг у цій концепції більше, ніж недоліків. Наприклад, Японія здійснила структурну перебудову економіки, акцентувавши увагу на промислових галузях, при цьому не порушивши національних традицій. Усе це сприяло становленню національної економіки як динамічної та такої, що спроможна легко адаптуватися до швидкозмінних умов [6, с. 105].

Головною метою інвестиційної політики держави в галузевій структурі національного господарства є модифікація промисловості шляхом спільних зусиль і держави, і приватного сектору. На думку професора Р. Рейч із Гарвардського університету, промислова політика набагато ефективніше служить завданням стимулювання інвестицій, аніж традиційна макроекономічна «економіка пропозиції» [3, с. 57]. Саме тому японська модель структурної перебудови промисловості була проведена з мінімальними соціальними витратами, хоча й не дуже швидкими темпами.

У відповідь на зміну зовнішніх умов японський уряд уживав визначених заходів згідно зі спеціально розробленою державною програмою. Політика стримування інвестиційної активності проводилася лише в традиційних галузях діяльності з акцентом на пріоритетність розвитку саме виробничої сфери економіки й ураховуючи стан насиченості світового ринку продукцією традиційних галузей. Паралельно відбувалося як стимулювання пошуку нових і перспективних галузей вкладання капіталу, так і в наявних галузях. Тим самим скорочувався трудовий і виробничий апарат, проте водночас відбувалося стимулювання розвитку цієї галузі.

Державна інвестиційна політика передбачала надання податкових та кредитних пільг, які надавалися традиційним галузям перепрофілювання або модернізації виробництва.

Також державна політика передбачала відміну або зниження безперспективної продукції. Таким чином, відбувалося штучне посилення державою ринкової конкуренції, але паралельно надавалися широкі пільги для нових галузей: IT-технологій, комп'ютерній промисловості тощо. Це була частина стратегії уряду, що

спрямовувалася на пристосування економіки до нових умов відтворення та розвитку.

Компаніям перспективних галузей надавався широкий спектр пільг адміністративного та економічного характеру – від надання іноземної валюти для придбання високоефективного обладнання, податкових пільг, знижених імпортних тарифів на сировину та матеріали тощо до встановлення монопольних прав на певний вид діяльності. Пріоритетність галузі оцінювалася за такими критеріями:

– перспективи нарощування експорту;
– посилення конкурентоспроможності галузі на зовнішніх ринках;
– зростання попиту на продукцію на національному ринку;
– зниження дефіциту торгового балансу держави;
– можливість отримання додаткових ефектів чи переваг для економіки держави.

Після того як державна інвестиційна політика, що проводив уряд Японії, задовольнила першочергові потреби у фінансах для капіталомістких галузей, наступним етапом стало розроблення інвестиційної політики держави для наукомістких галузей.

Але з часом система пріоритетних виробництв вичерпала себе, оскільки стало очевидним, що виникла потреба у визначенні співвідношення між цінами та якістю продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, порівнянні рівня прибутковості між компаніями, що залучають державні кошти, та тих, які не користуються дотаціями держави.

Реалізувати вказане було можливо здійснити шляхом застосування більш новітніх та ефективних методів управління. Досягненню цього сприяли визначені дії уряду щодо формування сприятливих інституціональних умов. Так, для такої раціоналізації було скасовано загальний державний контроль, а введено контроль якості продукції, контроль управління трудовими ресурсами. Здійснювалося це з метою використати залучені в результаті державної інвестиційної політики кошти на впровадження нового обладнання, сучасних технологій та досягнень науки та техніки.

У результаті цього підприємства отримали можливість модернізувати та оновити виробництво за сучасними технологіями, підвищити продуктивність праці та суттєво скоротити витрати виробництва на одиницю продукції. Комплекс даних факторів зіграв вирішальну роль у досягненні високої конкурентоспроможності японської продукції спершу на внутрішньому ринку, а згодом і на світовому. Заходи з оновлення та модернізації промисловості фінансувалися як за рахунок коштів приватних компаній, так і рахунок спеціально створених фінансових структур (банків фінансування реконструкцій, фінансових корпорації малого бізнесу та ін.).

Для цього також використовувався й іноземний залучений капітал. Але державна інвестиційна програма передбачала залучення іноземних інвестицій лише тоді, якщо вони відповідали низці критеріїв:

– за рахунок їх залучення здійснювався внесок у створення додатного платіжного балансу;
– їх використання забезпечувало створення умов для зміцнення японської промисловості;
– за рахунок їх залучення прискорювалася реалізація контрактів технологічній допомозі в стратегічно важливих галузях.

Із прийняттям в Японії Закону про сприяння раціоналізації промисловості в 1951 р. урядом активно проводилася політика оптимізації промислового виробництва. Згідно із визначеними у цьому Законі положеннями, для конкретних галузей ефективними та дієвими визнавалися такі методи раціоналізації підприємств:

– технологічне вдосконалення;
– модернізація обладнання;
– підвищення ефективності використання матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів;
– дорожнє будівництво;
– підвищення якості доріг, вокзалів та портів;
– уведення автономності управління на малих та середніх підприємствах.

Окрім того, було визначено низку нових підприємств, що користувалися перевагами в отриманні першочергових кредитів чи фінансових коштів для інвестицій у спеціальне обладнання або імпорту передових технологій. Однак ці підприємства, щоб мати можливість користуватися вищезазначеними привілеями, повинні були обов'язково бути прибутковими і підкорятися строгому державному контролю.

Для відбору таких підприємств держава використовувала такі критерії:

– підприємство повинно було працювати в галузі, котра була б базовою в структурі промисловості і відрізнялася особливою важливістю з погляду експорту чи заміщення імпорту або, наприклад, внеску в інші галузі;
– були встановлені темпи зростання промисловості, що досягалися за рахунок оптимізації і раціоналізації виробництва, зниження собівартості продукції;
– галузь повинна була виробляти продукцію на експорт за конкурентними на світовому ринку цінами;
– оновлення і модернізація галузі вважалися першочерговими завданнями;
– галузь повинна була мати обладнання, що підлягало модернізації і, крім того, необхідно було довести здатність здійснити оновлення чи модернізацію.

Таким чином, увесь часовий проміжок промислового підйому і подальшого бурхливого економічного зростання Японії супроводжувався максимально можливим і динамічним інвестуванням у наукоємні галузі. Також паралельно стабілізувалися або помірно росли інвестиції і в традиційні галузі.

Досвід Японії засвідчує те, що високі результати отримуються лише тоді, коли виважена державна інвестиційна політика вдало поєднується з використанням сприятливих внутрішніх факторів і здійснюється з підтримкою висококваліфікованих управлінських кадрів.

Проте, незважаючи на успішну політику модернізації економіки завдяки державній інвестиційній політиці, варто зауважити, що така політика може виявитися неприйнятною для кожної окремо взятої країни, оскільки те, що адекватне відповідним умовам Японії, економіку іншої держави «може поставити її в положення заручника власної меркантилістської політики без певних гарантій на успіх» [5, с. 29].

Однак ключові ідеї положення державної інвестиційної політики в промисловості як інструменту економічного регулювання були свого часу успішно використані західною теорією розвитку і планування, а згодом упроваджені в практику державного управління в більшості країн Західної Європи.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, світовий досвід успішного здійснення модернізаційних перетворень показує, що основою успішного соціально-економічного розвитку економіки є формування виваженої та ефективної державної інвестиційної політики.

Досвід Японії у цьому аспекті є беззаперечним, але, беручи за основу наявні світові моделі державної інвестиційної політики, необхідно враховувати, що їх розроблення та реалізація потребують відповідного механізму адаптації та коригування.

У різних країнах реалізація одних і тих ж заходів призводить до різної міри ефективності отриманих результатів. Ця особливість зумовлюється значною кількістю факторів, що впливають на державну інвестиційну політику. Це й економічні, соціальні, інституціональні, географічні та екологічні особливості кожної країни, що по-різному проявляють себе на макро-, мезо- та мікрорівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Затонацька Т. Світовий досвід формування державної інвестиційної політики та механізмів її реалізації. Бюлетень Київського національного університету імені Т. Шевченка. 2014. Вип. 9(161). С. 6–10.
2. Єрохін С.А. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 13. URL: http://global-national.in.ua/issue-13-2016.
3. Ліба Н.С. Закордонний досвід реалізації регіональної політики. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 6. С. 56–59.
4. Стан інвестиційної діяльності в Україні / Інвестиційна діяльність в Україні від 23.02.2016. URL: http://www.me.gov.ua.
5. Романенко А. Активізація державного інвестування в сучасних умовах. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 6. С. 29–39.
6. Романова Т.В., Чевганова В.Я. Шинкаренко Р.В. Світовий досвід формування інвестиційної політики. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 3. Т. 3. С. 103–106.
7. Штулер І.Ю. Теоретичні підходи до процесу залучення прямих іноземних інвестицій. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 5(131). С. 102–108.
8. Штулер І.Ю., Сержанов В.В. Вплив інвестиційної політики на гомеостазис національної економічної системи крізь призму інновацій. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. № 2. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/2-2016-ukr.
9. Яркова Н.І., Яковенко О.П. Роль органів державної влади в інвестиційному процесі. Економіка будівництва і міського господарства. 2012. Т. 8. № 2. С. 89–100.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.1

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

INFORMATION PROVIDING DIAGNOSTICS OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC STATE OF THE ENTERPRISE

Ажаман І.А.
доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Одеська державна академія будівництва та архітектури

Петрищенко Н.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва,
Одеська державна академія будівництва та архітектури

Кулікова Л.В.
доцент кафедри економіки та підприємництва,
Одеська державна академія будівництва та архітектури

У статті розглянуто основні положення щодо проведення діагностики фінансово-економічного стану підприємства. Зазначено, що будь-які зміни в стратегії розвитку підприємства повинні супроводжуватися економічним аналізом. Висвітлено основні етапи проведення фінансово-економічної діагностики. Наголошено на важливості постановки мети дослідження відповідно до стратегічних цілей підприємства. Обґрунтовано основні принципи інформаційного забезпечення економічної діагностики фінансово-економічного стану.

Ключові слова: *економічна діагностика, фінансовий аналіз, підприємство, управління підприємством, стратегічна мета, програмне забезпечення; фінансово-економічні показники.*

В статье рассмотрены основные положения по проведению диагностики финансово-экономического состояния предприятия. Отмечено, что любые изменения в стратегии развития предприятия должны сопровождаться экономическим анализом. Освещены основные этапы проведения финансово-экономической диагностики. Подчеркнута важность постановки цели исследования в соответствии со стратегическими целями предприятия. Обоснованы основные принципы информационного обеспечения экономической диагностики финансово-экономического состояния.

Ключевые слова: *экономическая диагностика, финансовый анализ, предприятие, управление предприятием, стратегическая цель, программное обеспечение; финансово-экономические показатели.*

The paper considers the main provisions for the diagnosis of the financial and economic state of the enterprise. It is noted that any changes in the company's development strategy should be accompanied by economic analysis. The main stages of conducting financial and economic diagnostics are covered. The importance of setting the research objective in accordance with the strategic objectives of the enterprise was emphasized. The basic principles of information support for economic diagnostics of the financial and economic state are substantiated.

Key words: *economic diagnostics, financial analysis, enterprises, enterprise management, strategic goal, software; financial and economic indicators.*

Постановка проблеми. В Україні сьогодні склалася нестабільна економічна ситуація, створення якої пов'язано з трансформаційними процесами євроінтеграції та поступовим виходом із кризи. У цих умовах для підприємств країни важливим слід вважати визначення основних напрямів підвищення ефективності виробництва, удосконалення виробничої діяльності. Для розроблення стратегій, що спрямовані на подальший розвиток та позитивні зміни в діяльності будь-якого виробництва, необхідно проведення оцінки фінансового стану підприєм-

ства, економічної діагностики щодо його діяльності, оцінка потенціалу та виробничих ресурсів, розрахунок ключових показників ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Організація економічного аналізу на підприємстві, діагностика його стану є об'єктом дослідження багатьох науковців. Досліджено різноманітні аспекти теоретичних, методичних та практичних проблем організації економічної діагностики на підприємстві. Теоретичні та методичні основи економічного аналізу розглянуто у працях Ф.Ф. Бутинця, Є.В. Мниха, Г.В. Савицької, М.Г. Чумаченка та інших. Н.А. Бобко, Ю.О. Коваль розглядають економічну діагностику як функціональний елемент системи управління господарською діяльністю [1]. Роль і місце економічної діагностики в діяльності підприємств уточнювалися О.В. Коваленко, М.О. Зайцевою [2], О.В. Григораш, С.І. Плакидою [3], Н.І. Дулябою та іншими. Окремі питання вдосконалення методів аналізу та діагностики на підприємствах висвітлювалися в працях зарубіжних і вітчизняних учених: M. Bartoli, B. Meunier-Rocher, М.І. Баканової, О.І. Гадзевича, В.В. Ковальова, Соколовської, А.Д. Шеремета, Г.О. Швиданенко та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас у сучасних умовах функціонування економіки, враховуючи нестабільність та мінливість навколишнбого середовища, проблеми організації економічної діагностики потребують подальшого дослідження. Актуальним є виявлення цілей, які використовуються під час моніторингу виробничо-господарського стану підприємства та діагностики фінансово-економічного стану. Також потребують подальшого дослідження принципи інформаційного забезпечення такої діагностики.

Постановка завдання. Метою статті є поглиблення дослідження теоретико-методологічної основи проведення діагностики фінансово-економічного стану підприємства та виявлення принципів інформаційного забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність сучасних промислових підприємств пов'язана з високими ризиками, що викликані мінливістю навколишнього середовища; нестабільністю економічних процесів, зумовленими євроінтеграцією країни; макроекономічними змінами політичного характеру.

З урахуванням таких обставин у ринкових умовах господарювання актуальності набуває оцінювання фінансового стану підприємства, його виробничих ресурсів та можливостей щодо ефективного використання потенціалу.

Результативне проведення аналізу значною мірою залежить від його організації, цілей та інформаційної забезпеченості. Організація економічного аналізу – це система методів і засобів, які забезпечують оптимальне її функціонування та подальший розвиток [4, с. 33].

Доцільність проведення економічної діагностики підтверджує підвищення ефективності діяльності підприємства на основі виявлених резервів. Раціональна організація аналізу є підставою для скорочення втрат необхідного інформаційного супроводження, забезпечення виходу аналітичної інформації за різною ієрархією управління чи за різним ступенем досягнення проміжних і кінцевих аналітичних результатів [5].

Основні показники фінансово-економічної діяльності підприємства розглядаються в розрізі таких напрямів, як:

– дохід та чистий прибуток підприємства;
– рентабельність виробництва, інвестицій;
– показники фінансової стійкості, платоспроможності, ліквідності;
– ефективність використання потенціалу підприємства.

Для проведення діагностики фінансово-економічного стану зазвичай використовується така схема (рис. 1).

Показники фінансово-економічного стану характеризують реальне становище підприємства, його інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність. Зазначимо, що внутрішні інформаційні дані підприємства також є основою планування виробничих, адміністративних, збутових витрат під час модернізації, оновлення виробничого обладнання з урахуванням змін, які відбудуться внаслідок модернізації виробництва [6].

Організація дослідження економічного стану підприємства, його фінансових показників базується на таких етапах, як виділення суб'єктів і об'єктів аналізу; вибір організаційних форм та методів його реалізації; розроблення програми проведення; інформаційне та методичне забезпечення аналізу; аналітична обробка даних; оформлення результатів аналізу; узагальнення висновків щодо проведеного дослідження; надання пропозицій щодо виявлених резервів чи «вузьких» місць.

Основними замовниками організації та проведення економічного аналізу є вище керівництво підприємства. Результати проведеного дослідження необхідні для прийняття остаточного рішення про доцільність здійснення певного виду діяльності, пріоритетність критеріїв, їх оцінки, обґрунтування шляхів мінімізації ризиків.

Вважаємо, що розроблення програми проведення діагностики фінансово-економічних показників на підприємстві повинне здійснюватися з урахуванням головної мети дослідження та відповідно до поставлених до неї завдань. Також необхідно під час визначення етапів програми звернути увагу на особливості раціональної організації праці, достовірне та актуальне інформаційне забезпечення.

Ще одним питанням в організації дослідження фінансово-економічного стану підприємства є з'ясування інформаційного і методичного забезпечення. Якість аналізу залежить не тільки від проведених розрахунків, використаних програм та оформлених висновків. Основний критерій доцільності проведення діагностики та побудови

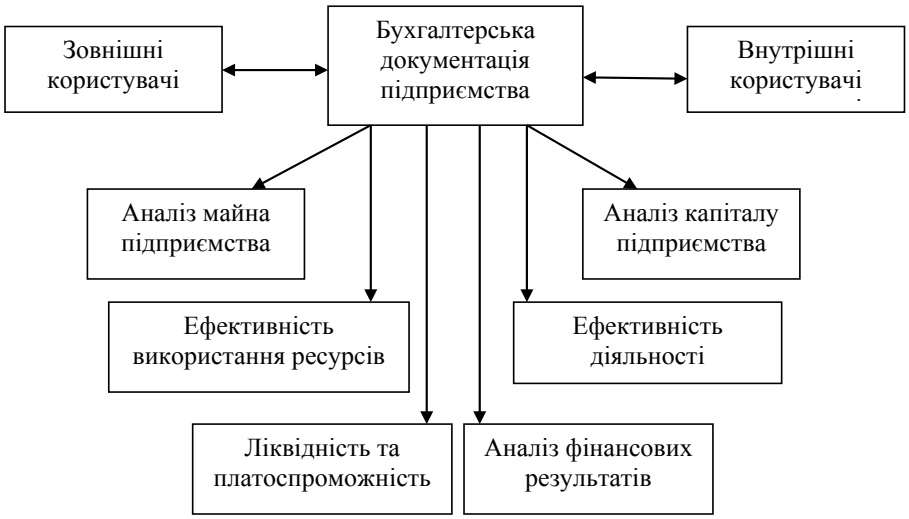


Рис. 1. Схема проведення економічної діагностики

на її результатах стратегії подальшого розвитку – це наявність актуальної, достовірної інформації, необхідної для попередніх досліджень.

Внутрішніми джерелами інформації є дані фінансового й управлінського обліку, а також дані планово-економічного відділу, зокрема журнали, відомості, фактична собівартість продукції за роками, річні звіти підприємства (основні техніко-економічні показники роботи підприємства за роками), звітність підприємства, подана у формі № 1 «Баланс», формі № 2 «Звіт про фінансові результати», формі № 3 «Звіт про рух грошових коштів», формі № 4 «Звіт про власний капітал», формі № 5 «Примітки до річної фінансової звітності».

Використання всіх необхідних показників, сформованих із зовнішніх і внутрішніх джерел, дає змогу створити на кожному підприємстві цілеспрямовану систему інформаційного забезпечення аналізу, орієнтовану як на прийняття стратегічних рішень, так і на ефективне їх упровадження.

Сучасна світова практика підприємств використовує для діагностики фінансово-економічних показників значну кількість способів, прийомів та методик з аналізу, які враховують визначення грошових потоків, оцінку вартості капіталу, оцінку ефективності інвестицій, прогнозування витрат і доходів, аналіз ризиків.

Проте застосування певних способів і прийомів аналізу потребує детального їх вивчення і дослідження, знання наявних переваг та недоліків. Це дає змогу вибрати з усієї їх сукупності ті, які найбільше підходять до конкретного підприємства певної галузі.

Подальша аналітична обробка даних, за думкою Р.К. Шурпенкової, є організаційним складником аналізу. Вона потребує відповідного методологічного забезпечення, певного кваліфікаційного рівня працівників, які займаються аналізом, їх забезпеченості технічними засобами [6].

Необхідне постійне вдосконалення методики аналізу на основі вивчення досягнень науки та передового досвіду. Саме використання сучасних методів сприяє актуальності та результативності отриманих результатів. Сучасне проведення аналізу неможливе без використання ЕОМ, що підвищує вірогідність аналітичних висновків, дає змогу зекономити час, працю, затрати і на цій основі підвищує ефективність цієї роботи.

Аналітична служба конкретних підприємств при цьому залежно від своїх внутрішніх можливостей і потреб може проводити необхідні розрахунки за допомогою використання пакетів прикладних програм. На завершальному етапі аналізу необхідно здійснити оформлення результатів аналізу, їх узагальнення, надання висновків і пропозицій. Будь-які результати аналітичного дослідження мають бути оформлені у вигляді документів.

Оскільки результати аналізу призначені для внутрішньогосподарського використання, вони можуть бути оформлені у вигляді довідки, а для зовнішніх користувачів – у вигляді висновку. Результати проведеного дослідження повинні бути підкріплені аналітичними таблицями, графіками, діаграмами. Умовно довідку або висновок можна скласти із трьох частин:

– перша – вступна, містить завдання, що стоять перед аналітиком, альтернативні пропозиції;

– друга – основна, відображає аналітичне дослідження, оформлене у вигляді таблиць та їх пояснень.

– третя частина містить висновки з проведеного аналізу і пропозиції щодо управлінських рішень.

Отже, принципи організації діагностики фінансово-економічного стану полягають у забезпеченні ефективності та раціональності усіх стадій аналітичної роботи; врахуванні змін, що можуть відбутися згідно зі стратегічними планами підприємства; сприянні вибору найбільш ефективного та пріоритетного рішення.

Рис. 2. Принципи інформаційного забезпечення, які повинні використовуватися під час дослідження фінансово-економічних показників

Принципи інформаційного забезпечення такого аналізу фінансово-економічних показників відображено на рис. 2.

Використання запропонованих принципів інформаційного забезпечення внутрішніх груп користувачів дасть змогу забезпечити високий рівень швидкості обробки даних. Для цього необхідно використовувати програмне забезпечення, яке сприяє оперативності отримання та обробки даних. Основні приклади програмного забезпечення, яке використовується під час проведення економічної діагностики: 1 С: Підприємство; 1С: Бухоблік, ФінЕкАналіз; УСУ; «M.E. Doc» та інші. Група аналізу повинна мати постійний необмежений доступ до документації підприємства та його бухгалтерської звітності, що може забезпечити, наприклад, програма «M.E. Doc», яка має форми звітів згідно з українським законодавством. Вказана програма містить декілька блоків, що орієнтовані на роботу внутрішніх користувачів (робота з бухгалтерською звітністю, автоматичний розрахунок показників порівняльно-аналітичного балансу, фінансових коефіцієнтів) та зовнішніх користувачів (звіти в податкову інспекцію, органи статистичного обліку). Також програма «M.E. Doc» має можливість засвідчувати реальність та достовірність поданої інформації електронним цифровим підписом.

Таким чином, весь документообіг підприємства буде доступним та актуальним у будь-який час як для групи, яка проводить моніторинг та аналіз фінансово-економічних показників, так і для керівництва.

Висновки. Проведення діагностики фінансово-економічного стану є актуальним для підприємств будь-якої галузі. Якість результату діагностики залежить від раціональної організації економічного аналізу, належного інформаційного забезпечення. Під час розроблення програми аналізу необхідно, по-перше, визначити мету проведення, по-друге, забезпечити швидкість та результативність дослідження, по-третє, використовувати такі принципи інформаційного забезпечення, як актуальність, оперативність, доступність, автоматизованість.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бобко Н.А. Сутність економічної діагностики діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Бобко Н.А., Коваль Ю.О. // Економічний вісник запорізької державної інженерної академії. 2013. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_5_083.pdf.

2. Коваленко О.В. Роль і місце економічної діагностики на підприємстві / О.В. Коваленко, М.О. Зайцева // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. Вип. 1(2). С. 218–221.

3. Григораш О.В. Роль і місце економічної діагностики в підвищенні ефективності управління діяльністю підприємства / Григораш О.В., Плакида С.І. // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. 2011. С. 37–40.

4. Васильева Н. Второе пришествие [Текст] / Н. Васильева // Бизнес. 2002. № 30. С. 27.

5. Шурпенкова Р.К. Інформаційні технології для проведення економічного аналізу на підприємстві / Р.К. Шурпенкова // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2014. Вип. 1. С. 433–440. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2014_1_55.

6. Шурпенкова Р.К. Основи організації економічного аналізу в системі управління підприємством / Р.К. Шурпенкова, І.І. Демко // Регіональна економіка. 2008. № 3. С. 161–166.

УДК 001.895:330.3

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК РУШІЙНОЇ СИЛИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

THE NEED TO IMPLEMENT INNOVATIVE ACTIVITIES AS A DRIVING FORCE OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP ENTITIES

Бальоха А.О.
студентка,
Хмельницький національний університет

Григорук П.М.
доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри,
Хмельницький національний університет

У статті визначено поняття інновацій та необхідність її упровадження на підприємстві. Досліджується інноваційна діяльність вітчизняних промислових підприємств. Виявляються причини, що стримують інноваційну активність, та розробляються підходи щодо їх усунення. Звернута увага на недостатню державну та регіональну підтримку розроблення і впровадження інноваційних проектів.
Ключові слова: *інновація, розвиток, промислове підприємство, інноваційна діяльність, інноваційний потенціал.*

В статье определено понятие инноваций и необходимость их внедрения на предприятии. Исследуется инновационная деятельность отечественных промышленных предприятий. Выявляются причины, сдерживающие инновационную активность, и разрабатываются подходы по их устранению. Обращено внимание на недостаточную государственную и региональную поддержку разработок и внедрения инновационных проектов.
Ключевые слова: *инновация, развитие, промышленное предприятие, инновационная деятельность, инновационный потенциал.*

The article defines the notion of innovations and the necessity of its implementation on the basis of entrepreneurship. The innovation activity of domestic industrial enterprises is researched. The problems, which prevented to innovative activity, are discovered and ways concerning their removal are proposed. It is noted insufficient state and regional support for the development and implementation of innovative projects.
Key words: *innovation, development, industrial enterprise, innovative activity, innovative capacity.*

Постановка проблеми. Сучасний світ стає все більш динамічним, і розраховувати на успішну діяльність можуть лише ті підприємства, які здатні генерувати й успішно втілювати у практичну діяльність нові ідеї, нові рішення тощо. Тому саме інноваційний шлях розвитку, що орієнтується на довгострокову перспективу, відповідає реаліям «нової економіки». Для формування конкурентних переваг підприємствам необхідно орієнтуватися на інноваційний вектор розвитку. Адже в динамічних економічних умовах сьогодення, за наявного рівня конкуренції та швидкості технологічних змін саме інновації є головною умовою економічного зростання. Саме за допомогою використання інновацій підприємства мають можливість стати лідерами у конкурентній боротьбі. Однак досягнення цієї мети можливе лише за умови формування чіткої, досконалої та адаптивної системи управління інноваційним розвитком. Політичні події в Україні, зумовлені постійним перерозподілом влади, спричинили ситуацію стримування інноваційного розвитку нашої держави, хоча потрібно активізувати інноваційну систему. Розглядаючи цю проблему, варто зазначити, що впродовж останніх років уряд ухвалив багато постанов, рішень та програм, спрямованих на підвищення результативності інноваційної діяльності підприємств, однак більшість із них не вдалося в повному обсязі реалізувати в реальній економіці. У цих умовах виникають економічні суперечності між інтересами держави та підприємств, орієнтованих на інноваційний шлях розвитку, вирішення яких потребує ґрунтовних досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі дослідженням проблеми

інноваційної діяльності присвячено праці багатьох відомих вітчизняних економістів. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» № 40-І від 04.07.2002 р., інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні 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 [1]. Результатом інноваційних процесів є новація, а їх упровадження в господарську практику визначається як нововведення, тобто з моменту прийняття до поширення новація здобуває нову якість і стає інновацією. На думку А.А. Пересади, інновація – це процес доведення наукової ідеї або технологічного винаходу до стадії практичного використання, що дає прибуток, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни в соціальному середовищі [2]. В.Г. Федоренко розглядає інновації як процес, спрямований на створення, виробництво, розвиток та якісне удосконалення нових видів виробів, технологій, організаційних форм [3, с. 19]. Трактування інновацій як результатів можна знайти у працях вітчизняних науковців. Сучасні вітчизняні науковці також підтримують таку позицію. Зокрема, на думку С.М. Ілляшенко, інновації являють собою кінцевий результат діяльності зі створення і використання нововведень, втілених у вигляді вдосконалених або нових товарів (виробів або послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, які сприяють розвитку та підвищенню ефективності функціонування підприємств [4]. Г.І. Цирюлик у роботі [5] надає трактування інноваціям як використанню в тій чи іншій сфері суспільної діяльності результатів інтелектуальної праці, технологічних розробок, спрямованих на удосконалення соціально-економічної діяльності. У монографії [6, с. 11] авторами висловлена думка, що інновація – це результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок, який може бути отриманий на будь-якому етапі інноваційного процесу. В.В. Стадник та М.А. Йохна розглядають інновації як кінцевий результат креативної діяльності, втілений у виведеному на ринок новому чи вдосконаленому продукті, технологічному процесі, що використовується у практичній діяльності або новому підході до надання споживчих послуг [7].

Незважаючи на різні підходи до трактування терміна «інновація», усі визначення об'єднує позиція, згідно з якою інновації пов'язані з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології, процесу.

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на пошук можливостей інтенсифікації виробництва та задоволення суспільних потреб у конкурентоспроможних товарах і послугах завдяки використанню науково-технічного та інтелектуального потенціалу [1]. Вона має комплексний, системний характер і включає такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність.

Питання інноваційного розвитку економіки на макроекономічному рівні висвітлювали авторський колектив під керівництвом Л.І. Федулової [8, 9], М.В. Гаман [10, 11], В.В. Онікієнко [12]; інноваційного розвитку підприємства – Л.І. Федулова [13]. В.М. Гриньова, В.В. Власенко [14], П.С. Харів, О.М. Собко [6]; інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку – А.А. Пересада [2], В.Г. Федоренко [3], О.Є. Кузьмін зі співавторами [15], П.П. Микитюк [16].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Зважаючи на проведений аналіз праць науковців, можна дійти висновку, що у сучасній економічній літературі представлено досить інформації щодо змісту поняття інновації, зокрема опису «продуктової» і «процесової», «маркетингової» та «організаційної» інновацій, виявлення умов результативної інноваційної діяльності, чинників, що її визначають, результатів упровадження інновацій на вітчизняних підприємствах. Однак мінливість сучасних умов господарювання, посилення конкурентної боротьби на внутрішніх та зовнішніх ринках, вплив збурюючих викликів на функціонування економічної системи зумовлюють вирішення завдання постійного оцінювання стану інноваційної активності вітчизняних підприємств, перегляду та удосконалення стратегічних рішень щодо інноваційної діяльності, визначення механізмів оцінювання її ефективності.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного стану та динаміки інноваційного розвитку промислових підприємств України, а також визначення заходів, що сприятимуть підвищенню ефективності їхньої інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як зазначила у своїй монографії Н. Тарнавська, «наростання швидкості інноваційних процесів, скорочення життєвого циклу продукції, індивідуалізація виробництва загострюють конкуренцію, така ситуація зумовлює необхідність активізації наукових досліджень у сфері обґрунтування можливостей інноваційного розвитку підприємств» [16, с. 15]. Економічне зростання підприємств значно залежить від їхньої інноваційної активності. Суб'єкти інноваційної діяльності повинні творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, на основі чого вдосконалювати та оновлювати продукцію,

отримуючи надприбутки, зміцнюючи свої ринкові позиції.

Для аналізу інноваційної діяльності використаємо статистичні матеріали [18–20]. Проаналізуємо ситуацію активності промислових підприємств України щодо інноваційної діяльності в динаміці за період 2012–2016 років (таблиця 1).

Інноваційно активними у національній економіці залишається дуже невелика кількість підприємств, незважаючи на позитивну динаміку в окремі роки. Так, за досліджуваний період частка інноваційно-активних підприємств становила в середньому 13%.

Низький рівень поточної інноваційної активності підприємств визначає низьку конкурентоспроможність на найближчу перспективу. У 2016 році промисловими підприємствами України було освоєно виробництво 4139 видів нової продукції, що в 1,2 раза більше, ніж у 2012 році, коли було створено 3403 види інноваційної продукції. Це є позитивним явищем для нашої країни. Визначальним фактором інноваційного розвитку держави, його основою та двигуном є інноваційна активність кожного підприємства, яка відображається ефективністю інноваційної діяльності.

Щодо видів економічної діяльності, то за даними [19], впродовж 2014–2016 рр. найвища частка інноваційних підприємств була на підприємствах інформації та телекомунікації (22,1%), переробної промисловості (21,9%), фінансової та страхової діяльності (21,7%) та діяльності у сфері архітектури та інжинірингу (20,1%). При цьому вища за середню по країні частка підприємств із технологічними інноваціями була серед підприємств переробної промисловості (15,6%), з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (12,6%), а також підприємств, які займалися діяльністю у сферах архітектури та інжинірингу, науковими дослідженнями та розробками, рекламною діяльністю – 13,2%; з нетехнологічними інноваціями – серед підприємств фінансової та страхової діяльності (18,0%), інформації та телекомунікації (17,3%), переробної промисловості (15,3%).

Упродовж 2014–2016 років частка підприємств, які займались інноваційною діяльністю, становила 18,4%, у т.ч. здійснювали технологічні інновації – 11,8%, продуктові – 5,7% та процесові – 10,3%, нетехнологічні – 13,4%, організаційні – 8,7% та маркетингові – 10,2%. На рисунку 1 зображено розподіл підприємств у 2014–2016 рр. за типами інноваційної діяльності, у % до загальної кількості підприємств.

У сучасних умовах господарювання інновації – це необхідний і об'єктивний чинник конкурентоспроможного розвитку кожного підприємства. Україна стала на інноваційний шлях розвитку економіки. На користь цього свідчить велика кількість заходів, прийнятих на державному рівні, зокрема, прийняття Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [21], регіональних програмних документів щодо визначення напрямів стратегічного соціально-економічного розвитку, які передбачають підвищення конкурентоспроможності економіки на основі структурно-інноваційної моделі економічного зростання, інтенсивного технічного та технологічного оновлення виробництва. За останні роки урядом було прийнято багато постанов та рішень, державних програм, спрямованих на підвищення інноваційної результативності підприємств, але більшість із них не вдалося реалізувати в повному обсязі в реальній економіці. Через це виникають економічні суперечності між інтересами держави та підприємств, орієнтованих на інноваційний шлях розвитку [22, с. 109].

Існують певні фактори, які перешкоджають введенню інновацій на підприємстві. Основним гальмом упровадження інновацій є низький техніко-технологічний рівень виробництва, зумовлений значним зносом наявного устаткування. Так, за даними державної служби статистики [20], в середньому по Україні ступінь зносу основних фондів невпинно зростає: з 76,7% у

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах України за 2012–2016 роки

Роки	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	Впроваджено нових технологічних процесів, од.	У т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі, од.	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, од.	З них нові види техніки, од.	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2012	13, 6	2188	554	3403	942	3, 3
2013	13, 6	1576	502	3138	809	3, 3
2014	12, 1	1743	447	3661	1314	2, 5
2015	15, 2	1217	458	3136	966	1, 4
2016	16, 6	3489	748	4139	1305	…

Джерело: складено авторами за даними [18].

2012 р до 83,5% у 2014 році. Але потім мало місце зменшення значення цього показника, і у 2016 році його значення було 58,1%. Найгіршою є ситуація щодо стану основних засобів у виробництві автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів – ступінь зносу 94,3%, виготовленні виробів з деревини, виробництві паперу та поліграфічній діяльності – 91%, діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 80,2%. Найменш зношеними є основні фонди у фінансовій та страховій діяльності – 39%, в сільському господарстві (37,2%) та будівництві (36%).

Однак, незважаючи на високий ступінь зношеності основних засобів, процес їх оновлення є дуже пасивним, а в більшості галузей економіки він узагалі не відбувається. Основною причиною цього є недостатність фінансування розроблення та впровадження інноваційних технологій. Ще однією причиною є тривалий термін окупності коштів, вкладених у нові технології. Істотно гальмує процес оновлення основних засобів і недосконала амортизаційна політика держави. Для розвитку економіки, її здатності задовольняти потреби ринку і реалізовувати стратегічні пріоритети ключове значення має активне впровадження нових видів інноваційної продукції та наукомісткої техніки і технологій. Лише інтенсивне створення та освоєння нових технологій дасть змогу скоротити час розроблення та впровадження у виробництво нових продуктів, а це, своєю чергою, дасть змогу швидше реагувати на запити споживачів.

У таблиці 2 наведено розподіл підприємств, які вважали, що зазначені фактори суттєво впливали на їхнє рішення розвивати інноваційні проекти або стримували здійснення інноваційної діяльності упродовж 2014–2016 років.

Також серед факторів, що стримують інноваційний розвиток підприємств, є відплив наукових кадрів за кордон. Щороку через таку тенденцію Україна втрачає понад 1 млн. дол. США. Тому одним із ефективних засобів скорочення відпливу наукових кадрів є збільшення фінансування науки, що передбачає поповнення бюджету, зміну ставлення влади до науки. Саме перехід від моделі з дешевою робочою силою до моделі з високим рівнем оплати ефективної праці стане першим кроком до формування конкурентоспроможної економіки. Підвищення професійного рівня паралельно зі зростанням оплати праці підвищить інноваційний розвиток підприємств [23, с. 5].

До заходів, які спрямовані на вирішення проблем інноваційного розвитку, можна віднести:

1) створення єдиної функціонуючої національної інноваційної системи, яка формується на різних рівнях;

2) формування загальнодержавної системи пошуку, збору, накопичення, обробки, зберігання, розповсюдження та надання інформації у сфері інноваційного розвитку;

3) забезпечення використання існуючого науково-технічного доробку щодо його інноваційного впровадження.

Крім цього, необхідно визначити напрями, в яких вітчизняні вчені та виробники мають наукові резерви та розробки, які відповідають міжнародним стандартам та забезпечуватимуть сильні позиції на світовому ринку. Потрібно забезпечити фінансування фундаментальних досліджень. Знайти додаткові джерела на фінансування, одним з яких є реформування податкової системи. Не менш важливим напрямом є створення нових та розвиток наявних технологічних парків, вільних економічних зон для притягнення інвестицій у модернізацію виробництва [24].

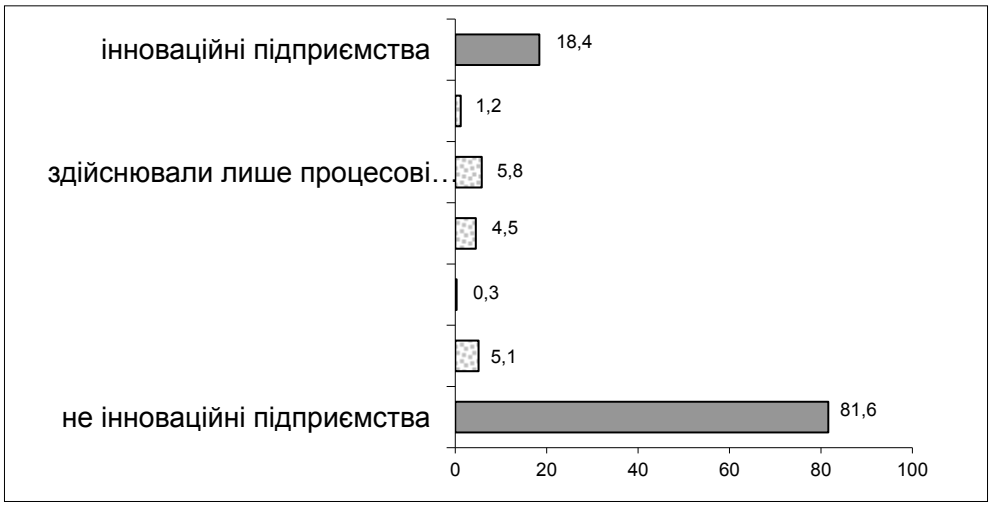


Рис. 1. Розподіл підприємств у 2014–2016 році за типами інноваційної діяльності, у % до загальної кількості підприємств

Джерело: складено авторами за даними [18, 20]

Таблиця 2

Розподіл неінноваційних підприємств за причинами, що перешкоджали здійсненню інновацій протягом 2014–2016 рр., %

Немає вагомих причин здійснювати інновації	83,0
у тому числі: Низький попит на інновації на ринку Через попередні інновації Через дуже низьку конкуренцію підприємства на ринку Відсутність хороших ідей або можливостей для інновацій	 10,2 8,7 5,9 9,3
Можливому впровадженню інновацій перешкоджають вагомі чинники	17,0
у тому числі: Відсутність коштів у межах підприємства Відсутність кредитів або приватного капіталу Зависокі витрати на інновації Відсутність кваліфікованих працівників Відсутність партнерів зі співпраці Труднощі в отриманні державної допомоги або субсидій для інновацій Невизначений попит на інноваційні ідеї Занадто велика конкуренція на ринку Законодавчі/нормативні акти, що створили додаткове навантаження	 9,7 5,0 9,0 2,0 1,4 6,5 2,8 5,3 5,8

Джерело: складено авторами за даними [18]

Висновки. Проведене дослідження сучасного стану інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств показало відставання їхнього розвитку порівняно з підприємствами країн із розвинутою ринковою економікою. Оцінка основних тенденцій розвитку інноваційної діяльності дає можливість дійти висновку про її згортання, незважаючи на поліпшення економічного становища. Вітчизняні підприємства відчувають суттєву нестачу власних фінансових ресурсів, які потрібні для забезпечення інноваційного розвитку, а також існує значна кількість перешкод щодо зовнішніх джерел фінансування. Вихід із кризового стану та переорієнтація економіки на сталий розвиток є можливими лише за умови здійснення низки значних економічних перетворень і створення нового спектру організаційно-економічних та інституціональних рішень. На рівні держави інноваційна політика має стимулювати інноваційний розвиток промислових підприємств та підтримувати впровадження інновацій, що забезпечить розвиток економіки країни загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про інноваційну діяльність. Закон України від 26.12.2002 р. № 380-IV / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. 2002. № 36. ст. 266. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15
2. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А Пересада. К. : Лібра, 2002. 472 с.
3. Федоренко В.Г. Інноваційна і інвестиційна стратегія України / В.Г. Федоренко // Економіка та держава. 2003. № 8. С. 16–27.
4. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : [навч. посіб.] / С.М. Ілляшенко ; 2-ге вид., перероб. і допов. Суми : Університетська книга ; К. : Княгиня Ольга, 2005. 324 с.
5. Цилюрик Г.І. Інноваційна діяльність в умовах економічної конкуренції / Г.І. Цилюрик // Науково-виробничий журнал «Облік і фінанси АПК». 2011. URL: http://magazine.faaf.org.ua/content/view/1115/35/.
6. Харів П.С. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств регіону : [монографія] / П.С. Харів, О.М. Собко. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 184 с.
7. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент : [навч. посіб.] / В.В. Стадник, М.А. Йохна. К. : Академвидав, 2006. 464 с.
8. Регіональні інноваційні системи України: стан формування та розвитку в умовах інтеграційних процесів: монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Федулової. К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАНУ. 2013. 724 с.
9. Технологічний імператив стратегії соціально-економічного розвитку України : монографія / [Л.І. Федулова, Ю.М. Бажал, В.Л. Осецький та ін.], за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Федулової // К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАНУ. 2011. 656 с.
10. Гаман М.В. Державне регулювання інноваційного розвитку України : монографія / М.В. Гаман. К.: Вид-во НАДУ, 2005. 388 с.
11. Гаман М.В. Державне управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід : монографія. К. : Вид-во Вікторія, 2004. С. 104–131.
12. Онікієнко В.В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України : монографія / В.В. Онікієнко, Л.М. Ємельяненко, І. В. Терон; за ред. В. В. Онікієнка. К. : РВПС України НАН України, 2006. 480 с.

13. Федулова Л.І. Концептуальні засади формування інноваційної системи підприємств / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. 2014. № 10. С. 195–205.
14. Гриньова В.М. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах : монографія / В.М. Гриньова, В.В. Власенко. Х. : ВД ІНЖЕК, 2005. 200 с.
15. Інвестиційна та інноваційна діяльність : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.В. Тувакова, А.Я. Кузнєцова. Львів : Вид-во ЛБІ НБУ, 2003. 233 с.
16. Микитюк П.П. Сучасний інструментарій ціноутворення в інвестиційно-інноваційній діяльності підприємства / П.П. Микитюк // Сталий розвиток економіки. 2013. № 3. С. 210–215
17. Тарнавська Н.П. Побудова концепції управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання на засадах інноваційного розвитку / Н.П. Тарнавська // Економіст. 2010. № 9. С. 30–41.
18. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник / Відп. за вип. О.О. Кармазіна. К. : Державна служба статистики України, 2017. 140 с.
19. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm.
20. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua
21. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. URL: http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36380.pdf.
22. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж.А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. 2007. – № 8(74). С. 107–115.
23. Кириченко Э. От «утечки мозгов» к «глобальному круговороту условий» / Э. Кириченко // Мировая экономика и международные отношения. 2008. № 10. С. 3–11.
24. Буркинський Б.В. Інноваційна стратегія у соціально-економічному розвитку регіону / Б.В. Буркинський, Є.В. Лазарева. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2007. 140 с.

УДК 658.012.32:004.4(076.5)

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ З ВИКОРИСТАННЯМ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ

QUALITY MANAGEMENT IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS USING ORGANIZATIONAL MODELS

Зеленков А.В.
кандидат технічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Березова Я.Є.
магістр,
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Статтю присвячено вдосконаленню процесів управління навчальним закладом шляхом упровадження системи управління якістю та процесного управління з використанням спеціальних інформаційних технологій. На прикладі діяльності з надання освітніх послуг розглянуто процес створення моделі, яка включає дерево цілей та показників, ієрархічну модель бізнес-процесів та організаційну структуру. Розглянуто механізми забезпечення роботи закладу відповідно до розробленої моделі. Впровадження системи управління якістю дасть змогу підвищити якість освітніх послуг та конкурентноспроможність, покращити управління та імідж ВНЗ.

Ключові слова: *система управління якістю, бізнес-процес, навчальний заклад, організаційне проектування.*

Статья посвящена совершенствованию процессов управления учебным заведением путем внедрения системы менеджмента качества и процессного управления с использованием специальных информационных технологий. На примере деятельности по предоставлению образовательных услуг рассмотрен процесс создания модели, которая включает дерево целей и показателей, иерархическую модель бизнес-процессов и организационную структуру. Рассмотрены механизмы обеспечения работы вуза в соответствии с разработанной моделью. Внедрение системы менеджмента качества позволит повысить качество образовательных услуг и конкурентоспособность, улучшить управление и имидж вуза.

Ключевые слова: *система менеджмента качества, бизнес-процесс, учебное заведение, организационное проектирование.*

The article is devoted to the improvement of management processes of educational institution by introduction of quality management system and process management using special information technologies. The process of model creation that includes the tree of aims and indexes, hierarchical business processes model and organizational structure is examined on an example of provision of educational service activity. Mechanisms that ensure the work of the higher educational establishment in accordance with the developed model are considered. The introduction of quality management system will improve the quality of educational services and competitiveness, the management and image of higher educational establishment.

Key words: *quality management system, business process, educational institution, organizational design.*

Постановка проблеми. Освіта значною мірою зумовлює завтрашній день планети та світового співтовариства, є інструментом стійкого розвитку та забезпечення добробуту людей [1]. Відповідно до щорічного звіту ООН конкурентоспроможність країн світу у XXI ст. визначатиметься не природними і навіть не фінансовими ресурсами, а кваліфікацією робочої сили. Тому головною метою кожного вищого навчального закладу (ВНЗ) країни повинна стати ефективна діяльність із підвищення освітнього рівня нації [2]. Якісна освіта, яка відповідає новим соціально-економічним умовам, є одним із найважливіших факторів, що можуть сприяти виходу з кризи та економічному розвитку України.

З обранням Україною курсу на інтегрування у європейські структури постало питання про необхідність адаптування вітчизняної системи управління закладами вищої освіти до європейської. Важливим елементом цього адаптування

є впровадження СУЯ надання освітніх послуг, яке тісно пов'язане з проблемами реформування системи вищої освіти загалом. Сюди належать запровадження міжнародної системи оцінювання знань, сучасних систем атестування та сертифікування ВНЗ, вирішення проблем структурної перебудови системи вищої освіти тощо. Вирішення проблем реформування галузі вищої освіти загалом майже повністю знаходиться в компетенції державних органів влади. Впровадження та реформування СУЯ надання освітніх послуг – це компетенція і завдання самих закладів вищої освіти [2].

Системи управління якістю (СУЯ) надання освітніх послуг вищими навчальними закладами (ВНЗ) – це планомірний вплив на освітнє середовище та навчальні процеси для забезпечення формування майбутніх якісних фахівців, здатних повноцінно використовувати набуті знання та вміння у професійній діяльності.

Згідно ыз Законом України «Про вищу освіту», якість вищої освіти визначається як «рівень здобутих особою знань, умінь, навичок, інших компетентностей, що відображає її компетентність відповідно до стандартів вищої освіти». Майбутня структура системи забезпечення якості вищої освіти в Україні складається із: системи забезпечення вищими навчальними закладами якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; системи зовнішнього забезпечення якості освітньої діяльності вищих навчальних закладів та якості вищої освіти; системи забезпечення якості діяльності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти і незалежних установ оцінювання та забезпечення якості вищої освіти [3].

Якість освіти – це багатовимірне поняття, яке охоплює усі аспекти діяльності вищого навчального закладу: навчальні та академічні програми, наукову і дослідницьку роботу, професорсько-викладацький склад і студентів, навчальну та матеріально-технічну базу, працю на благо суспільства, академічне середовище і ресурси [4]. СУЯ навчального закладу повинна забезпечувати високу якість навчання та виконання наукових досліджень, а також якість менеджменту та допоміжних процесів. Сучасний ВНЗ – це зазвичай велика організація зі складною структурою, де працюють щонайменше сотні співробітників. Управління такою організацією та впровадження СУЯ потребує формалізації більшості процесів, що досить складно виконати для великої організації, тому для вирішення цих завдань доцільно використовувати технології організаційного моделювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Міжнародний стандарт ISO 9001 встановлює вимоги до наявної на підприємстві системи менеджменту якості, дотримання яких гарантує високу якість його роботи та надійність як партнера та постачальника. Стандарт передбачає впровадження на підприємстві або в навчальному закладі процесного управління, коли зміст діяльності описується у вигляді ієрархічної моделі бізнес-процесів, які є об'єктом проектування.

Методику реінжинірингу бізнес-процесів для радикального поліпшення менеджменту на підприємстві було розроблено М. Хаммером, Дж. Чампі, П. Дракером, Т. Давенпортом та ін. [5–7]. Провідні вчені дотримуються єдиної думки про необхідність більш широкого використання комп'ютерних інформаційних технологій для управління підприємствами [8]. Пропонується для управління ВНЗ використовувати організаційні моделі, які описують його цілі, діяльність та організаційну структуру.

Організаційне моделювання забезпечує високий рівень організованості будь-якої діяльності організації, дає змогу добитися кращої узгодженості у виконанні робіт, підвищити націленість на результат, зменшити кількість помилок у роботі, підвищити особисту відповідальність співробітників за результат [9]. Використання моделювання у наукових дослідженнях та управлінні навчальним закладом розкривається в роботах О. Дахіна, Г. Єльникової, В. Маслова, В. Монахова, В. Пікельної та ін. [10–12].

Мета статті – удосконалення процесу управління навчальним закладом шляхом упровадження системи управління якістю за допомогою організаційного проектування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система управління організацією – це сукупність взаємопов'язаних елементів, з яких основними є система цілей і показників, модель бізнес-процесів і організаційна структура управління. Процес проектування системи управління організацією включає вирішення таких завдань, як формалізація стратегії та контроль її досягнення, моделювання та оптимізація бізнес-процесів, проектування організаційної структури та штатного розкладу, впровадження системи управління якістю, формування і розповсюдження серед співробітників регламентуючої документації. Після цього необхідно забезпечити функціонування навчального закладу відповідно до розробленої організаційної моделі, а також розвиток, доопрацювання та коригування моделі відповідно до нових вимог, які виникають із часом.

Організаційне проектування доцільно виконувати за допомогою спеціалізованих інформаційних технологій, бо жодна людина не здатна утримати в голові повну структуру та зміст діяльності ВНЗ із детальністю, необхідною для прийняття точних, зважених рішень. Навчальний заклад як система занадто складний для цього. Натепер існує багато різних програм для організаційного моделювання: BPWin (AllFusion Process Modeler), ARIS, Оргмастер, Business Studio та ін. [13–15]. Їх застосування в організації є одним із ключових факторів успіху будь-

якого проекту щодо вдосконалення діяльності підприємства.

Для побудови моделі закладу освіти будемо використовувати систему організаційного моделювання Business Studio, яка має різноманітні функціональні можливості для максимально легкого створення бізнес-архітектури, починаючи з постановки цілей і проектування бізнес-процесів, забезпечення співробітників базою знань і зручного доступу до всієї необхідної інформації і закінчуючи контролем стану організації, а також аналізом відхилень і пропозицій співробітників для вдосконалення системи управління. [15].

Модель системи управління ВНЗ, заснована на вимогах міжнародних стандартів якості серії ISO 9001, передбачає використання процесного підходу, що розуміється як система послідовних цілеспрямованих і регламентованих дій, у якій завдяки управляючому впливу входи процесу перетворюються у виходи, тобто результати процесу, в яких зацікавлений ВНЗ та студенти.

Спрямованість на результат забезпечується побудовою дерева цілей, яке поширює місію та стратегію організації на всі рівні управління, і використанням системи показників, які характеризують ступінь досягнення цілей різного рівня й одночасно ефективність окремих бізнес-процесів. Дерево цілей – це графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної мети або місії на стратегічні цілі, а ті, в свою чергу, на цілі нижнього рівня. Дерево виступає як систематизація ієрархії цілей, що відображає їх супідрядність і взаємозумовленість. Дерево цілей може бути побудовано за допомогою однієї діаграми для всієї організації або за допомогою декількох діаграм. На рис. 1 наведено дерево цілей для кафедри, розроблене за допомогою програми Business Studio.

Другим кроком є побудова моделі бізнес-процесів, яка відображає зміст діяльності ВНЗ. У Business Studio можна як сформувати комплексну модель діяльності організації, так і описати окремі процеси.

Верхній рівень ієрархічної моделі бізнес-процесів розробляють у нотації IDEF0. IDEF0 – методологія і графічна нотація, призначена для формалізації та опису бізнес-процесів. Використовується для створення функціональної моделі, яка відображає структуру і функції системи, а також потоки інформації і матеріальних об'єктів, що зв'язують ці функції. Бізнес-процеси представляють у формі прямокутників, а стрілки відображають зв'язок з іншими процесами і

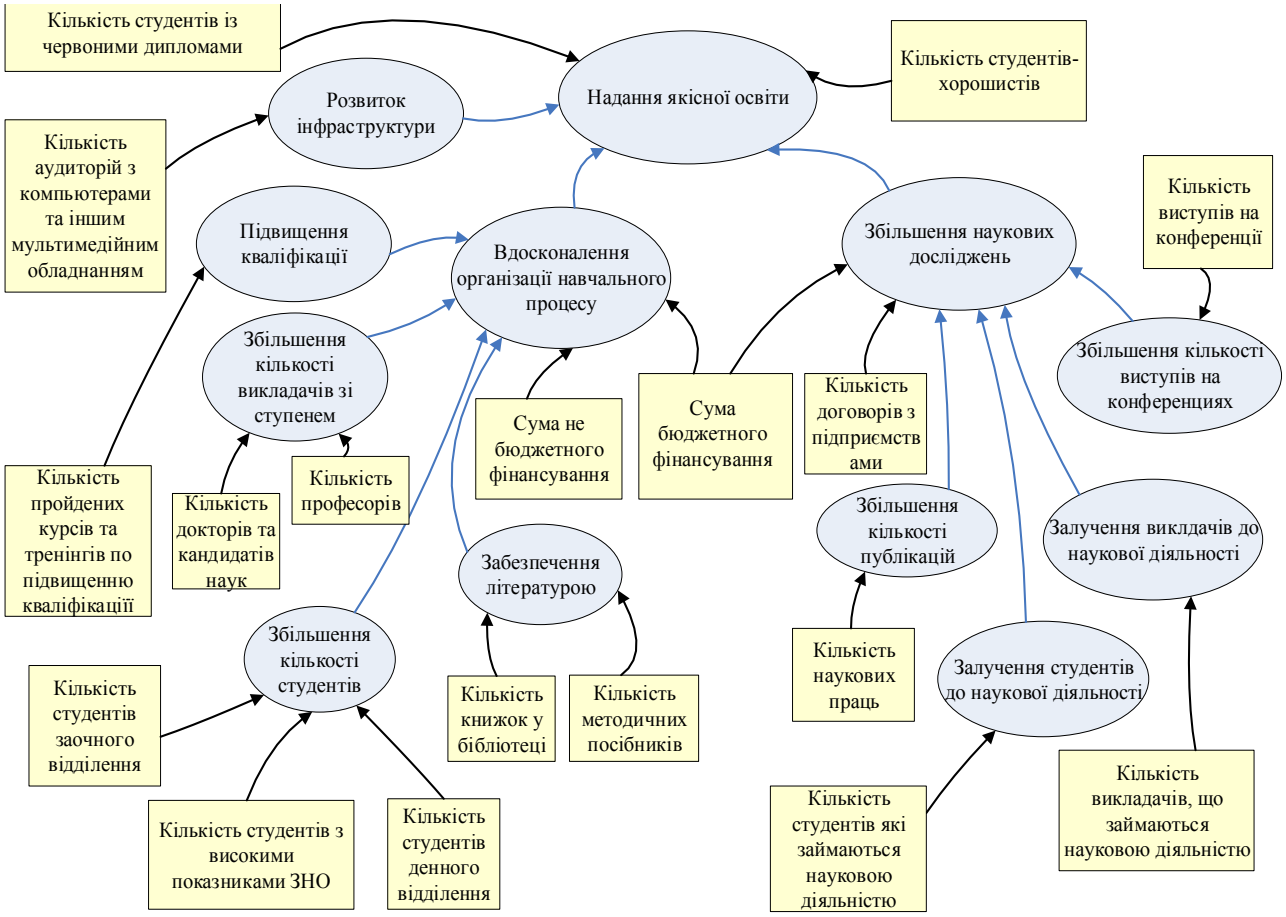


Рис. 1. Дерево цілей та показників

зовнішнім середовищем. Існують чотири типи стрілок: вхід, вихід, управління і механізм.

На рис. 2 наведено контекстну діаграму, на якій об'єкт опису представлений поодиноким блоком, оточеним стрілками. Стрілки на цій діаграмі пов'язують об'єкт опису з навколишнім середовищем. Контекстна діаграма встановлює сферу або межі моделювання.

Далі декомпозуємо процес «Діяльність із надання освітніх послуг» (рис. 3). Нотація IDEF0 дає змогу декомпозувати процес до необхідного рівня деталізації. Зазвичай використовують 3–5 рівнів декомпозиції.

У нотації IDEF0 немає можливості вказати послідовність виконання робіт, тому для побудови моделей бізнес-процесів операційного

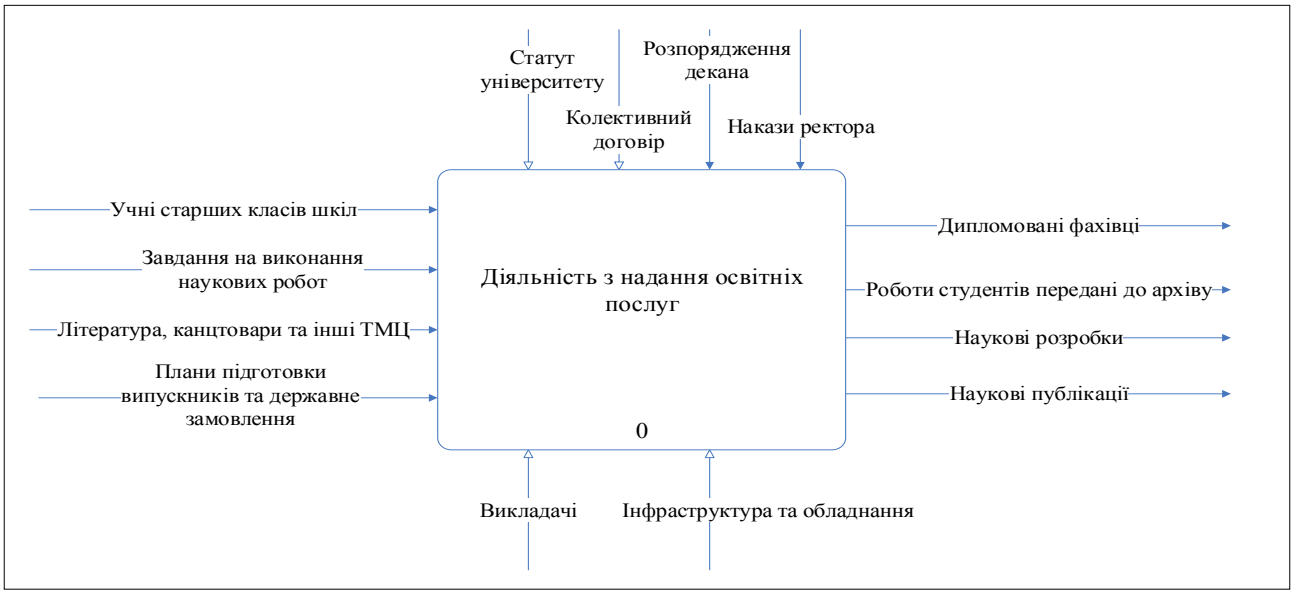


Рис. 2. Контекстна діаграма в нотації IDEF0

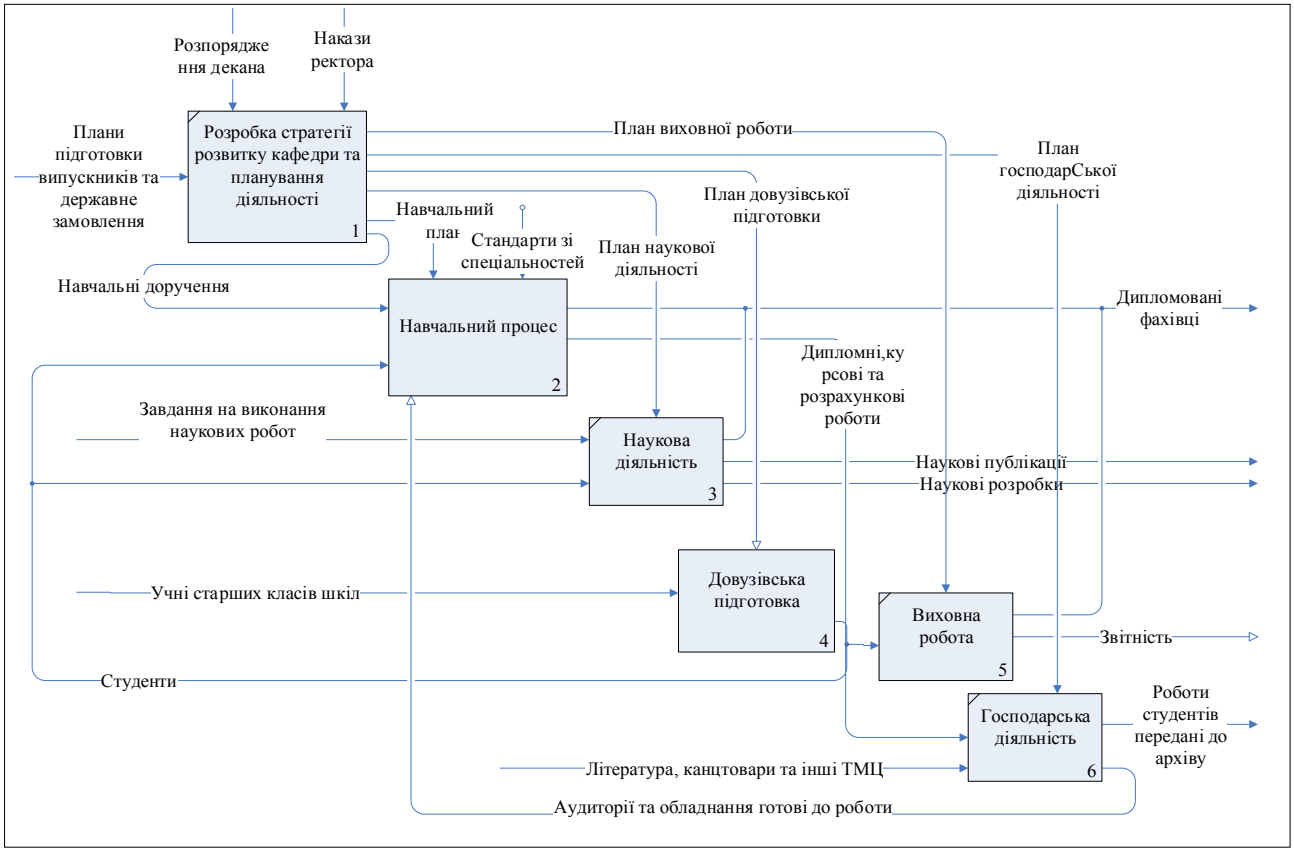


Рис. 3. Декомпозиція процесу «Діяльність із надання освітніх послуг»

рівня використовують нотації «Процес», «Процедура», EPC або BPMN, які забезпечують можливість як створення комплексної ієрархічної моделі бізнес-процесів, так і опису окремих процесів. Нижче наведено опис бізнес-процесу «Приймання заяв у приймальній комісії» в нотації «Процес» (рис. 4). Стрілки на цій діаграмі описують не тільки потоки матеріальних об'єктів, інформації або фінансів, а й послідовність дій.

За допомогою моделей процесів операційного рівня в нотаціях «Процес», «Процедура», EPC або BPMN (рис. 4) можна виконати імітаційне моделювання. Імітаційне моделювання – це метод дослідження, заснований на тому, що система, яка вивчається, замінюється імітатором, і з ним проводяться експерименти з метою отримання інформації про цю систему. Метод дає змогу імітувати виконання бізнес-процесів з урахуванням графіків робочого часу, часових і обмеженої кількості матеріальних ресурсів [5]. У результаті можна проаналізувати особливості виконання бізнес-процесів в умовах невизначеності зовнішнього і внутрішнього середовища, оцінити реальний час виконання та вартість процесів.

Інший елемент організаційної моделі ВНЗ – це організаційна структура, елементи якої використовуються як виконавці і власники бізнес-процесів. На рис. 5 наведено організаційну структуру кафедри.

Далі виконується впровадження стандарту менеджменту якості ДСТУ ISO 9001:2016, а саме його інтеграція в модель університету. Для кожного пункту стандарту розробляється опис змісту діяльності щодо реалізації цього пункту в умовах університету. Кожен пункт закріплюється за бізнес-процесом, у межах якого він

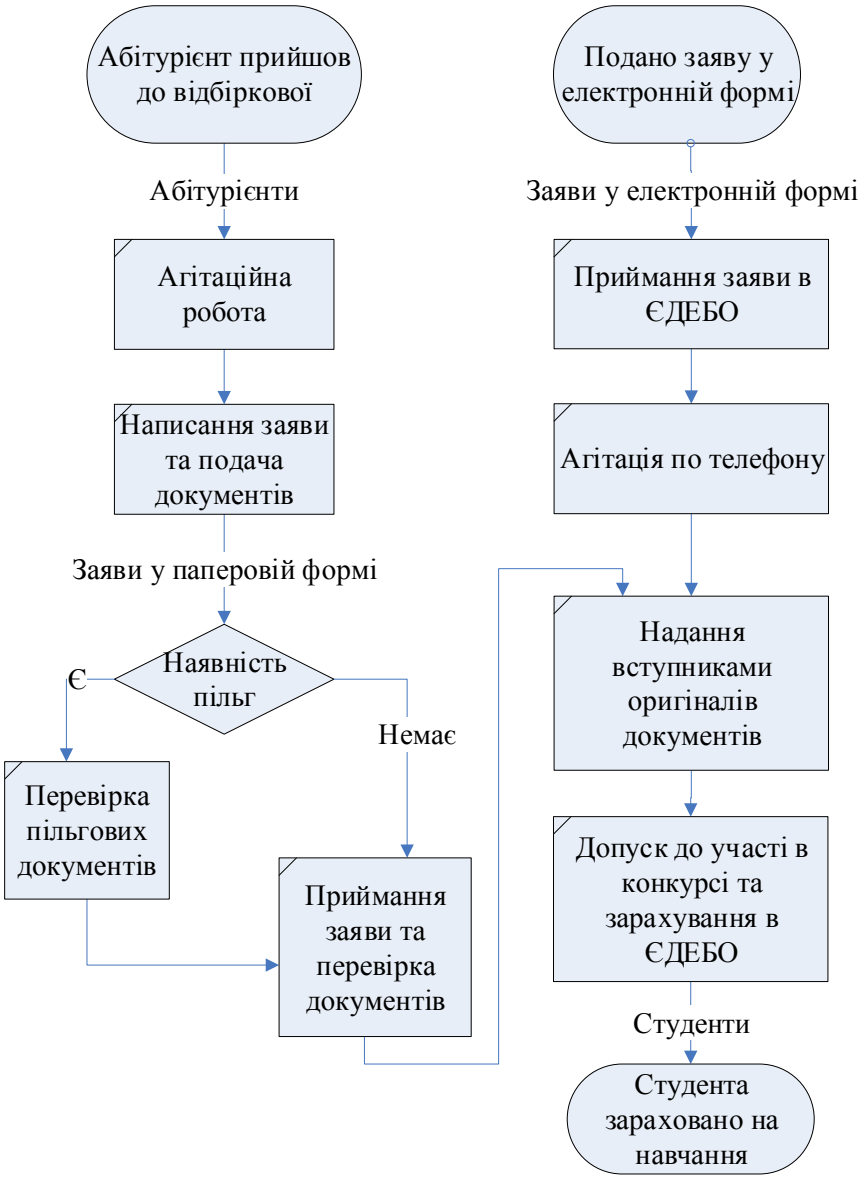


Рис. 4. Бізнес-процес операційного рівня в нотації «Процедура»

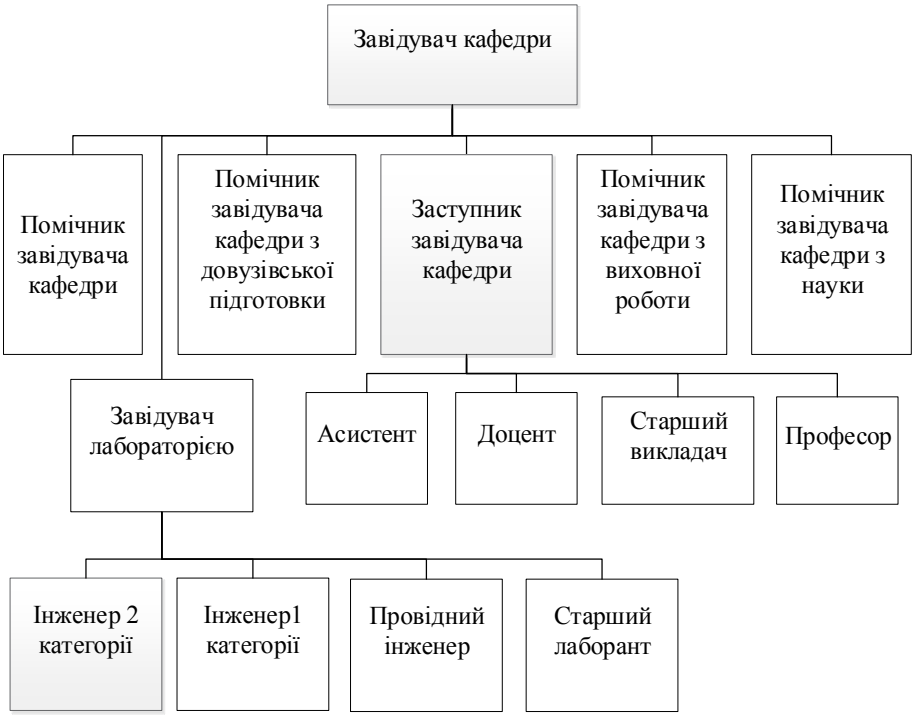


Рис. 5. Організаційна структура кафедри

буде реалізовуватися, та призначаються відповідальні особи.

На основі розробленої організаційної моделі автоматично формуються посадові інструкції, регламенти бізнес-процесів, настанова з якості та інші регламентні документи.

Створення системи управління якістю надання освітніх послуг за стандартом ISO 9001 – це не одноразова дія, а вагома і складна інновація, яка виконується у такій послідовності:

1. Створення команди проекту впровадження СУЯ, розроблення політики якості й опис основних бізнес-процесів університету.

2. Підготовка і мотивація персоналу ВНЗ, навчання спеціалістів із якості, менеджерів та внутрішніх аудиторів.

3. Розроблення системи внутрішнього аудиту, що дасть змогу оцінити готовність ВНЗ працювати відповідно до вимог стандарту.

4. Впровадження системи управління якістю надання навчальних послуг.

Одним із важливих завдань є створення пакету документів, які регламентують виконання всіх процесів СУЯ, таких як політика та цілі у сфері якості, настанова з якості, матриця відповідальності стандарту, графік проведення аудитів, задокументовані методики, які вимагає ISO 9001. Головним документом є настанови з якості. За допомогою програми Business Studio всі ці документи формуються автоматично на основі моделі ВНЗ.

В університеті необхідно призначити посадову особу, підпорядковану безпосередньо ректору, яка буде відповідати за якість в університеті. Також необхідно створити відділ аудитів, який за власним графіком контролюватиме роботу співробітників відповідно до розробленої моделі, регламентів процесів та посадових інструкцій.

Висновки. Впровадження стандартів менеджменту якості та формалізація процесу управління ВНЗ з використанням організаційної моделі дасть змогу покращити якість надання освітніх послуг. Чіткий розподіл обов'язків і відповідальності за виконання роботи між співробітниками, уніфікація навчальних, допоміжних та управлінських процесів, покращення узгодженості дій, своєчасне виявлення й усунення недоліків та невідповідностей сприятимуть підвищенню якості надання освітніх послуг.

Результативне функціонування системи управління якістю, підтверджене сертифікатом ISO 9001, дає низку переваг, серед яких поліпшення управління ВНЗ, зростання конкурентноспроможності, збільшення кількості студентів, збільшення шансів на залучення до навчання випускників шкіл із високими балами ЗНО, додаткове підвищення рейтингу та іміджу ВНЗ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Архипова С.П. Якість освіти у контексті вимог сучасності // Вісник Черкаського університету : наук. журнал. 2008. Вип. 135. С. 11–14.
2. Управління якістю освіти у вищих навчальних закладах: навч. посіб. : у 2ч. Ч. 1: Теоретичні засади формування систем управління якістю надання освітніх послуг / кол. авт. ; за заг. ред. чл.-кор. НАН України В.С. Загорського. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. 136 с.
3. Про вищу освіту : Закон України від 1 липня 2014 р. № № 1556-VII. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556- 18/page
4. Полянко В.В., Гут Л.В. Впровадження системи управління якістю освіти у вищій школі в контексті вдосконалення системи показників її виміру. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23606/1/61-419-428.pdf
5. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. 288 с.
6. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения: пер. с англ. М. Котельниковой М.: ФАИР ПРЕСС, 2003 288 с.
7. Силич В.А., Силич М.П. Реинжиниринг бизнес-процессов: [учеб. пособ.] Томск: ТУСУР, 2007. 200 с.
8. Елиферов В.Г., Репнин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. М.: Стандарты и качество, 2004. 54 с.
9. Абдакиев Н.М. Реинжиниринг бизнес-процессов/ Абдакиев Н.М. М.: Эксмо, 2009. 229 с.
10. Репин, В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В.В. Репин. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 512 с.
11. Дахин А.Н. Педагогическое моделирование: сущность, эффективность и … неопределенность / А.Н. Дахин // Педагогика. 2003. № 4. С. 21–31.
12. Єльникова Г.В., Маслов В.І. Моделювання управлінської компетентності керівника загальноосвітнього навчального закладу // Імідж сучасного педагога. 2008. № 3–4 (82–83). С. 3–8.
13. Шеер А.В. ARIS-моделирование бизнес-процессов / А.В. Шеер. М.: Вильямс, 2000. 175 с.
14. ОРГ-МАСТЕР: Краткое описание. URL http://bigc.ru/instruments/bigmasterpro/bm/om/
15. Business Studio. Решаемые задачи. URL http://www.businessstudio.ru/products/business_studio/tasks/

УДК 336:330.142

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

MANAGAMENT OF CAPITAL STRUCTURE FOR INCREASING THE FINANCIAL STABILITY AND ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Вакульчик О.М.
доктор економічних наук, професор,
завідуюча кафедрою обліку, аудиту, аналізу і оподаткування,
Університет митної справи та фінансів

Протасова Є.В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри планування та організації виробництва,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Досліджено методологічні особливості визначення оптимальної структури капіталу з метою зміцнення фінансової стійкості підприємства та рівня його економічної безпеки. За допомогою методу оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації його середньозваженої вартості здійснено багатоваріантні розрахунки показників середньозваженої вартості капіталу та ефекту фінансового левериджу.

Ключові слова: *фінансовий леверидж, середньозважена вартість капіталу, власний та позиковий капітал, оптимізація структури капіталу, фінансова стійкість, економічна безпека.*

Исследованы методологические особенности определения оптимальной структуры капитала с целью укрепления финансовой устойчивости предприятия и уровня его экономической безопасности. С помощью метода оптимизации структуры капитала по критерию минимизации его средневзвешенной стоимости проведены многовариантные расчеты показателей средневзвешенной стоимости капитала и эффекта финансового левериджа.

Ключевые слова: *финансовый леверидж, средневзвешенная стоимость капитала, собственный и заемный капитал, оптимизация структуры капитала, финансовая устойчивость, экономическая безопасность.*

Investigated the special role of determining the optimal structure of capital in order to strengthen the financial sustainability and economic security of the enterprise. Using the method of optimizing the structure of capital by the criterion of minimizing its weighted average value, multi-valued calculations of the weighted average cost of capital and the effect of financial leverage have been made.

Key words: *financial leverage, weighted average cost of capital, shareholdersequity and borrowed capital, optimization of the capital structure, financial stability, economic security.*

Постановка проблеми. Процес прийняття підприємствами стратегічних рішень є складним і, при високих темпах інфляції, нестабільності навколишнього середовища та значному ступені невизначеності, супроводжується багатоваріантністю вірного вибору й відсутністю упевненості в досягненні успіху. Для успішного функціонування підприємства необхідно мати достатньо фінансових ресурсів, що можуть забезпечити безперервність його діяльності та фінансову стійкість. Дефіцит фінансових ресурсів змушує суб'єктів підприємницької діяльності залучати їх із зовнішніх джерел з метою вирішення поточних проблем свого розвитку. Отже, постає питання вибору джерела фінансового потоку, оптимізації структури капіталу підприємства, а саме – визначення співвідношення обсягів власного та позикового капіталу, а також мінімізації їх вартості для забезпечення як високої ефективності їх використання, так і одночасного підтримання платоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вітчизняній літературі питанню оптимізації структури капіталу присвячені праці таких вчених, як І.А. Бланк, Т.В. Головко, В.О. Подольська, С.В. Сагова, Г.В. Савицька, І.Й. Яремко,

О.В. Яріш та ін. Усі ці дослідники звертають увагу на оптимальне співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства. Серед найбільш відомих зарубіжних учених, що присвятили багато уваги даному питанню, можна виділити Модільяні, Міллера, Скотта, Майерса, Мейлафа, Росса, Леланда, Харіса, Равіва, Шульца, Даймондата ін. Більшість із них є засновниками базових моделей оптимальної структури капіталу, що стали основоположними в теорії фінансів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Назважаючи на досить широке висвітлення проблем, пов'язаних з пошуком оптимальної структури капіталу підприємства, на сьогодні немає єдиного універсального методу формування раціональної структури фінансових ресурсів. Теорія оптимізації капіталу підприємства потребує подальшого дослідження, оскільки не всі аспекти цієї проблеми з'ясовано та належно обґрунтовано.

Мета статті – вдосконалення методичного підходу до вибору оптимальної структури капіталу підприємства на прикладі ПАТ «Дніпрометиз» для підвищення рівня його фінансової стійкості та економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу. Аналіз фінансового стану підприємства ПАТ «Дніпрометиз» показав, що ПАТ «Дніпрометиз» відноситься до підприємств, фінансовий стан яких можна охарактеризувати як нестійкий. Основним недоліком фінансового стану підприємства є нераціональне співвідношення власного та залученого капіталів.

Результати аналізу фінансової стійкості ПАТ «Дніпрометиз» (табл. 1) демонструють, що підприємство має можливість виконувати свої зобов'язання за рахунок власних активів у 2016 році лише на 22,8%. У 2016 році, порівняно з 2015 роком, показник має тенденцію до збільшення, що говорить про те, що підприємство все більше розраховує на власні джерела фінансування та менше залежить від позикових джерел, що позитивно характеризує фінансовий стан підприємства. Однак, значення коефіцієнта автономії все ж таки значно менше нормативного.

Для суб'єктів господарювання в Україні залежність від запозичень в умовах нестабільності, інфляції та зростання валютних коливань значно підвищує фінансові ризики, що впливає на фінансову стійкість. Але, у той же час, використання лише власного капіталу веде до втрати потенційної можливості приросту його рентабельності.

Власний капітал, як вважає Г. В. Савицька, характеризується простотою залучення, високою віддачею та забезпеченням фінансової стійкості розвитку підприємства і зниженням ризику банкрутства [1, с. 436].

Позиковий капітал, на думку А. С. Фесун, має як позитивні, так і негативні риси. «До позитивних належать збільшення фінансового потенціалу, можливість збільшення приросту рентабельності власного капіталу підприємства, більш низька вартість залучення у порівнянні з власним капіталом. Водночас використання позикового капіталу має свої недоліки, зокрема, складність залучення коштів, оскільки це залежить від рішень кредиторів, необхідність надання відповідних гарантій або застави, зниження норми прибутку активів (оскільки прибуток зменшується на суму сплачених відсотків за кредит) і зниження фінансової стійкості підприємства» [2, с. 104]. З огляду на вказане управлінське завдання щодо визначення оптимального співвідношення між власним і позиковим капіталом є досить актуальним.

Підприємство, яке має оптимальну структуру капіталу, має вищий фінансовий потенціал свого розвитку і можливості приросту рентабельності власного капіталу за рахунок використання ефекту фінансового левериджу. Фінансовий леверидж характеризує використання підприємством залучених коштів, які впливають на зміну коефіцієнту рентабельності власного капіталу (ROE). Чим більший відносний обсяг залучених коштів, тим більше виплачується відсотків за ним і тим вище рівень фінансового левериджу. Використання ефекту фінансового левериджу дозволяє визначати, наскільки вигідно залучати позиковий капітал з метою збільшення рентабельності власного капіталу. Але також необхідно знаходити межу між вигідністю використання залучених коштів і ризиком втрати фінансової стійкості підприємства [3, с. 275].

Більш раціональним підходом щодо досягнення оптимального співвідношення структур-

Таблиця 1

Аналіз фінансової стійкості ПАТ «Дніпрометиз» у 2014-2016 рр.

Показник	Роки			Нормативне значення
	2014	2015	2016	
Коефіцієнт автономії	0,309	0,170	0,228	> 0,5
Коефіцієнт фінансового левериджу	2,236	4,882	3,390	≤1
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	-0,178	-0,347	-0,252	>0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,321	-1,215	-0,679	0,2-0,5

них елементів капіталу підприємства є використання методів максимізації рівня рентабельності власного капіталу та мінімізації середньозваженої вартості капіталу.

З метою вдосконалення структури капіталу підприємства визначимо оптимальну структуру фінансових ресурсів ПАТ «Дніпрометиз» за критерієм максимізації ефекту фінансового левериджу та мінімізації середньозваженої вартості капіталу.

Для вирішення зазначеного завдання використаємо формули ефекту фінансового левериджу (ЕФЛ) (формула 1) та середньозваженої вартості капіталу (СВК) (формула 2) [4, с. 59]:

$$ЕФЛ=(1-Спп)\times(ROA-П)\times ПК/ВК,\% \quad (1)$$

де Спп – ставка податку на прибуток, частка од.;

ROA – коефіцієнт валової рентабельності активів %;

П – середня величина відсотків, які сплачуються за позиковий капітал, %;

ПК – середня сума позикового капіталу, грн.;

ВК – середня сума власного капіталу, грн.

У формулі (1) можна виділити три основні складові [5, с. 2]:

1. Податковий коректор фінансового левериджу (1 – Спп),який показує в якій мірі проявляється ефект фінансового левериджу у зв'язку з різним рівнем оподаткування прибутку.

2. Диференціал фінансового левериджу (ROA – П), який характеризує різницю між коефіцієнтом валової рентабельності активів і середнім розміром відсотка за кредит.

3. Коефіцієнт фінансового левериджу (ПК/ВК), який характеризує суму позикового капіталу підприємства у розрахунку на одиницю власного капіталу.

Середньозважена вартість капіталу розраховується за наступною формулою [4, с. 59]:

$$СВК = \sum_{i=1}^{n} C_i \times Y_i, \% \quad (2)$$

де C_i – вартість і-го елемента капіталу, %;

Y_i – питома вага і-го елемента капіталу у загальній його сумі, частка од.

Розрахуємо середньозважену вартість капіталу та ефект фінансового левериджу для ПАТ «Дніпрометиз» за 2014-2016 рр. При розрахунку використовувалось середнє значення ставки відсотка за кредит у розмірі 17,5% для 2016 р., 20,8% для 2015 р. та 16,4% для 2014 р. Результати аналізу представлено у таблиці 2.

Вартість позикового капіталу підприємства (ВПК) у разі, якщо він формується за рахунок банківського кредиту, визначається процентною ставкою за наданим кредитом. Оскільки процентні виплати за банківськими та іншими позиками не включаються до бази оподаткування, а відносяться до валових витрат підприємства, реальна вартість банківського кредиту, яка використовується у фінансових розрахунках, є дещо меншою. Вона визначається добутком процентної ставки за кредитом на податковий коректор (формула 3) [6, с. 258]:

$$ВПК = П – (1 – C_{пп}) \quad (3)$$

Як бачимо з даних таблиці 2 мінімальне позитивне значення середньозваженої вартості капіталу спостерігається у 2015 році (5,36%). При цьому протягом 2014 та 2015 років підприємство мало збиткову діяльність, що призвело до досить суттєвого зниження вартості

Таблиця 2

Визначення середньозваженої вартості капіталу та ефекту фінансового левериджу ПАТ «Дніпрометиз» за 2014-2016 рр.

Показник	Роки		
	2014	2015	2016
Власний капітал, тис. грн.	147334	87333	122734
Позиковий капітал, тис. грн.	329493	426309	416029
Середньорічна сума власного капіталу, тис. грн.	195598,5	117333,5	105034
Середньорічна сума позикового капіталу, тис. грн.	257295,5	377901	421169
Чистий прибуток, тис. грн.	-95044	-60724	34775
Зміна вартості ВК, %	-48,59	-51,75	33,11
ВПК, %	13,45	17,06	14,35
Ставка відсотку за кредит, %	16,4	20,8	17,5
Питома вага ВК, %	30,90	17,00	22,78
Питома вага ПК, %	69,10	83,00	77,22
ПК/ВК, частка од.	2,24	4,88	3,39
ROA, %	-20,99	-12,26	6,61
Ставка податку на прибуток, частка од.	0,18	0,18	0,18
(1-Спп), частка од.	0,82	0,82	0,82
(ROA – П), %	-37,39	-33,06	-10,89
СВК, %	-5,72	5,36	18,62
ЕФЛ, %	-68,56	-132,34	-30,27

власного капіталу (-48,59)% та (-51,75)% відповідно. ПАТ «Дніпрометиз» лише у 2016 році мало прийнятне значення середньозваженої вартості капіталу у розмірі 18,62%, за якої діяльність підприємства була прибутковою. Структура капіталу в такому випадку становить: 77,22% позиковий капітал та 22,78% власний капітал. Але рівень фінансового левериджу при такій структурі капіталу має від'ємне значення, що свідчить про те, що використання підприємством позикового капіталу дає негативний ефект – зменшується прибутковість власного капіталу. Тому вважати оптимальною таку структуру капіталу не можна.

З метою вдосконалення структури капіталу підприємства визначимо оптимальну структуру фінансових ресурсів ПАТ «Дніпрометиз» з одночасним використанням критерію мінімізації вартості капіталу та максимізації ефекту фінансового левериджу шляхом побудови комплексної моделі (таблиця 3):

Для побудови комплексної моделі за основу були взяті показники загального обсягу капіталу підприємства, чистого прибутку, ставки відсотка за кредит та податку на прибуток за 2016 рік. При збільшенні питомої ваги власного капіталу збільшується і чистий прибуток підприємства, тобто власний капітал у наведеній моделі збільшується за рахунок нерозподіленого прибутку.

Як бачимо, при збільшенні питомої ваги власного капіталу у складі загального капіталу підприємства, зростає середньозважена вартість капіталу, що пов'язано зі збільшенням саме вартості власного капіталу та, відповідно, підвищенням дивідендних виплат.

Стосовно ефекту фінансового левериджу спостерігаємо іншу ситуацію: при збільшенні власного капіталу до 50% у загальній структурі капіталу підприємства ефект фінансового левериджу зростає, а вже при співвідношення власного та позикового капіталу на рівні 70 : 30 фінансовий важіль приймає нижчі значення. Зменшення показника фінансового левериджу в останньому випадку пов'язано саме зі зменшенням плеча фінансового важелю, оскільки рівень позикового капіталу, що використовується підприємством на одиницю власного капіталу, менше одиниці і додатковий прибуток на підприємстві формується у більшій мірі саме за рахунок власного капіталу. А необхідно отримати більший ефект саме за рахунок використання позикового капіталу. Отже доцільно визначити таку структуру капіталу, за якої прибутковість власного капіталу збільшуватиметься за рахунок використання залучених кредитів.

Оптимальну структуру капіталу було визначено за допомогою надбудови MS Excel «Пошук рішення» із пакету «Аналіз даних». При застосуванні надбудови значення ефекту фінансового левериджу оптимізовано до максимального. У результаті отримано оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу на рівні 58,16 : 41,84 (див. табл. 3, варіант 4-ий). При цьому середньозважена вартість капіталу становить 47,84%.

Найгіршим варіантом структури капіталу для підприємства є перший варіант (18 : 82), за яким значення середньозваженої вартості капіталу є найменшим, але використання позикових коштів призводить до фінансових втрат (ЕФЛ = 59,12%).

Таблиця 3

Розрахунок структури капіталу підприємства за критерієм максимізації ефекту фінансового левериджу з урахуванням середньозваженої вартості капіталу ПАТ «Дніпрометиз»

Показник	Варіанти розрахунків				Показники за 2016 рік
	1	2	3	4	5
Власний капітал, тис. грн.	96977,34	269381,5	377134,1	313345,94	122734,00
Позиковий капітал, тис. грн.	441785,66	269381,5	161628,9	225417,06	416029,00
Загальна сума капіталу, тис. грн.	538763,00	538763,00	538763,00	538763,00	538763,00
Чистий прибуток, тис. грн.	9018,34	181422,50	289175,10	225386,94	34775,00
Зміна вартості ВК, %	9,30	67,35	76,68	71,93	33,11
ВПК, %	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35
Ставка відсотку за кредит, %	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5
Питома вага ВК, %	18,00	50,00	70,00	58,16	22,78
Питома вага ПК, %	82,00	50,00	30,00	41,84	77,22
ПК/ВК, частка од.	4,56	1,00	0,43	0,72	3,39
ROA, %	1,67	33,67	53,67	41,8	6,61
Ставка податку на прибуток, частка од.	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
(1-Спп), частка од.	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82
(РОА – П), %	-15,83	16,17	36,17	24,33	-10,89
СВК, %	13,44	40,85	57,98	47,84	18,62
ЕФЛ, %	-59,12	13,26	12,71	14,35	-30,27

Таблиця 4

Аналіз фінансової стійкості підприємства ПАТ «Дніпрометиз» при визначеній оптимальній структурі капіталу

Показник	Значення показника	Нормативне значення
Коефіцієнт автономії	0,58	> 0,5
Коефіцієнт фінансування	0,72	≤1
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,32	>0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,34	0,2-0,5

Таким чином, для ПАТ «Дніпрометиз» вигідним є фінансування своєї діяльності більшою мірою за рахунок власного капіталу у розмірі 58,16%. А головною умовою формування фінансових ресурсів підприємства за рахунок позикових коштів є залучення капіталу з меншою вартістю, чим вартість власного капіталу.

При такій структурі капіталу усі показники фінансової стійкості відповідають нормативному значенню (таблиця 4), а діяльність підприємства в основному фінансується за рахунок власних коштів і підприємство не втрачає економічної вигоди від використання позикового капіталу. Позитивним явищем є й високе значення коефіцієнту забезпеченості власними оборотними коштами та коефіцієнту маневреності власного капіталу, що свідчить про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів та частини оборотних.

Висновки. Ефективне управління капіталом підприємства та оптимізація його структури неможливі без врахування необхідності забезпечення фінансової стійкості та економічної безпеки підприємства. Під час розробки фінансової політики підприємства необхідно обрати таку структуру капіталу, яка дасть змогу звести до мінімуму середньозважену вартість капіталу і, у той же час, підтримати кредитну репутацію фірми на рівні, який дає змогу залучити нові капітали на прийнятних умовах. Доцільним, при виборі фінансової політики підприємства, є використання методів оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації вартості капіталу та максимізації ефекту фінансового левериджу з метою підвищення рівня фінансової стійкості, а також підсилення економічної безпеки підприємства, що досягається приростом рентабельності власного капіталу за рахунок використання позикових коштів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668 с
2. Фесун А. С. Розробка адаптогенного інструментарію вибору джерела фінансування будівельних підприємств: від нової логіки фінансових операцій до програмних продуктів / А. С. Фесун // Інноваційна економіка. – 2015. – № 56. – с. 104-108.
3. Телишевська Л. І. Управління фінансовими ресурсами підприємства в межах його інвестиційної діяльності / Л. І. Телишевська, О. В. Птащенко, А. В. Бєлоус // БІЗНЕСІНФОРМ. – № 8. – 2014. – С. 273-277
4. Короленко С. М. Удосконалення підходу до оптимізації структури капіталу промислового підприємства / С. М. Короленко, Р. В. Короленко, О. В. Патицька. // Економіка. Управління. Інновації. –№ 1. – 2013. – С. 56-65.
5. Сініцин О. О. Фінансовий леверидж в управлінні структурою капіталу / О. О. Сініцин // Ефективна економіка – 2014. – № 9. – С. 1-
6. Шелудько В.М. Фінансовий ринок: Підручник / В.М. Шелудько. – 3-те вид., стер. – К. : Знання, 2015. – 535 с.
7. ПАТ «Дніпрометиз» / Офіційний сайт. – Режим доступу: https://www.dneprometiz.com

УДК [339.138:17.022.1]:658 (045)

МАРКЕТИНГ ЦІННОСТЕЙ ЯК ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

MARKETING VALUES AS A DOMINANT OF DEVELOPMENT OF SUBJECTS OF BUSINESS

Васюткіна Н.В.
доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту та маркетингу,
Європейський університет

У статті обґрунтовано, що побудова ціннісної платформи маркетингу являє собою окремий і важливий напрям науково-практичного дослідження. На сучасному етапі розвитку концепції маркетингу переваги набуває нова його парадигма, головним принципом якої є орієнтація на цінності. Систематизовано еволюцію сприйняття цінності з позиції різних галузей знань. Визначено, що під впливом сучасних трансформацій, які відбуваються в ціннісному аспекті людини, відбуваються зміни в побудові системи цінностей суб'єктів господарювання, їх підходах до ведення своєї господарської діяльності. Розкрито еволюцію розвитку концепцій маркетингу, доведено необхідність зміни пріоритетів, вектору розвитку у виведеній залежності «потреба – цінність».

Ключові слова: *маркетинг, потреба, цінність, епохи розвитку, концепції, трансформація.*

В статье обосновано, что построение ценностной платформы маркетинга представляет собой отдельное и важное направление научно-практического исследования. На современном этапе развития концепции маркетинга преимущество приобретает новая его парадигма, главным принципом которой является ориентация на ценности. Систематизирована эволюция восприятия ценности с позиции различных отраслей знаний. Определено, что под влиянием современных трансформаций, которые происходят в ценностном аспекте человека, происходят изменения в построении системы ценностей субъектов хозяйствования, их подходах к ведению своей хозяйственной деятельности. Раскрыта эволюция развития концепций маркетинга, доказана необходимость изменения приоритетов, вектора развития в выведенной зависимости «потребность – ценность».

Ключевые слова: *маркетинг, потребность, ценность, эпохи развития, концепции, трансформация.*

The article substantiates that building a platform of value marketing is a separate and important area of scientific and practical research. At the present stage of the development of the concept of marketing, the benefits acquire a new paradigm, the main principle of which is the focus on values. The evolution of perception of value from the standpoint of various branches of knowledge is systematized. It is determined that under the influence of modern transformations that occur in the value aspect of a person, there are changes in the construction of the system of values of economic entities, their approaches in the conduct of their economic activity. The evolution of the development of marketing concepts has been revealed, the necessity of changing priorities, the development vector in the "demand-worth" deduced dependence has been proved.

Key words: *marketing, need, value, age of development, concepts, transformation.*

Постановка проблеми. Світ змінюється швидкими темпами, технології застарівають протягом тижня, а нові продукти з`являються частіше, ніж ми встигаємо це відстежувати. Така інтенсивність прогресу в сучасному світі вимагає перегляду під новим кутом сприйняття наявних знань, особливо це стосується галузі маркетингу. Протягом останніх десяти років споживачі основний фокус свого життя тримали на стилі, і тому маркетинг швидко еволюціонував. Споживачам продавали не сам продукт, а те, що він привносив у їхнє життя, яким чином він робив їх кращими: молодшими, привабливішими, сильнішимми, розумнішими, креативнішими тощо. Тепер же прийшов час маркетингу третього покоління, на чолі якого стоять цінності людини. Споживачеві продають не сам продукт і не імідж, а можливість жити більш свідомим життям, здійснюючи покупки і роблячи вибір на користь будь-якої компанії. Сучасний маркетинг через надмірне перенасичення ринків і обмеженість можливостей нарощування продажів у межах раніше ідентифікованого стереотипу потреб переходить до нового щабля свого розвитку, маркетингу цінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань сутності цінності були предметом дослідження низки економістів: Е. Бем-Баверк [1], Н. Бухаріна [2], А. Маршала, К. Маркса, А. Сміта Т. Гайдай [8], В. Паламарчук [9] та ін. Визначенню ролі ціннісної свідомості в цілісному просторі культури, місця теорії цінності в сучасній філософії, її теоретичного та практичного значення на сучасному етапі розвитку вітчизняної та світової культури присвятили свої роботи А. Гулига [4], В. Тугаринов [6], І. Мачуська [3], А. Здравомислов [10] та ін.

Теорію цінності підприємства, розвитку ціннісних підходів у маркетингу розвинули сучасні зарубіжні та вітчизняні вчені: Ф. Котлер [11], Ж. Ламбен [17], Н. Ілляшенко [13], Т. Паршин [18], Р. Уфімцев [19], П. Хоменок [14] та ін. Однак питання узгодженості в еволюційному розвитку потреб із цінностями в маркетингу недостатньо розглядалися вищезазначеними дослідниками, що потребує більш поглибленого вивчення та систематизації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідне вироблення на основі вивчення і систематизації в системі сучасного маркетингу цінностей потужного соціально-етичного канону, ціннісної концептуальної парадигми, яка акумулювала б у собі всі ракурси сприйняття і розроблення можливих напрямів маркетингової трансформації цінностей у діяльності суб'єктів господарювання.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Мета статті полягає у виявленні тенденцій розвитку від маркетингу потреб до маркетингу цінностей для сприяння збалансованому розвитку підприємств у сучасних умовах ринкової економіки і нових суспільних вимог.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні людство прагне до свідомого життя, і це є безперечним фактом. Як тільки людина виходить зі стану виживання, коло її інтересів і цінностей значно розширюється. Тепер люди думають не тільки про себе і своїх близьких, а й про більш масштабні речі: екологію, духовність, рівність усіх живих істот. І не просто думають: люди роблять свій вибір на користь того чи іншого продукту, виходячи зі своїх цінностей: використовують біологічно чисті сумки замість пластикових пакетів, вибирають соціально відповідальних виконавців, віддають перевагу компаніям, у яких людський капітал є переважаючою цінністю.

Дослідженню проблеми цінності присвячено роботи низки вчених економіки минулого століття. Зокрема, австрійський економіст Е. Бем-Баверк у своїй монографії зазначає: «Вчення про цінність стоїть, так би мовити, в центрі всієї політико-економічної доктрини». Вчення про цінності «було і залишалося одним із найбільш незрозумілих, найзаплутаніших і найменш розроблених розділів економічної науки». [1, с. 13]

Радянський економіст Н.І. Бухарін у роботі «Політична економія рантьє» відзначає, що «основним питанням політичної економії, починаючи з самого її виникнення і до останнього часу, було і є питання про цінності». Можна з упевненістю сказати, що питання про цінності привертало і привертає до себе увагу теоретиків-економістів набагато більше, ніж будь-яке інше питання з галузі політичної економії: Сміт, Рікардо, Маркс вклали в основу своїх досліджень аналіз цінності. Вчення про цінності зробила наріжним каменем своєї доктрини й австрійська школа, оскільки вона, з одного боку, виступала проти класиків і К. Маркса, з іншого – створювала свою власну теоретичну систему, займалася питанням про цінності [2, с. 128].

Незважаючи на настільки активну увагу економістів-дослідників різних епох до осмислення дефініції «цінність», дотепер невизначеність термінології є серйозною проблемою. Виходячи з цього, в науковій літературі та дисертаційних дослідженнях дефініції «цінність» надається велика кількість змістових значень, які часто суперечать одне одному, зокрема «цінність» – «корисність».

Проблема значущості цінності у філософській та соціологічній літературі розглядається у двох аспектах. У роботах В. Василенка, О. Дробницького, М. Кагана цінність розглядається як позитивна чи негативна значущість предметів та явищ дійсності для життєдіяльності суб'єкта. Така позиція знайшла своє відображення у філософському словнику під ред. В. Кемерова. Інші автори, такі як В. Тугарінов, А. Гулига, І. Попов, Ю. Гранін, І. Огієнко, вважають, що цінність характеризує лише одну із форм значущості, а саме – позитивну [3, с. 2]. У цьому аспекті А. Гулига стверджує, що «цінності із знаком «мінус» не буває» [4, с. 64].

У філософському енциклопедичному словнику поняття «цінність» визначається як належне та бажане, на відміну від реального, дійсного. Зокрема, зазначається, що цінності належать до психічних об'єктів – їх джерелом є наші бажання, інтереси, почуття, ставлення [5]. Відповідно, якщо врахувати це твердження і продовжити думку А. Гулиги, то тільки цінності зі знаком «плюс» можуть набувати бажаного розвитку особистості, організації тощо, тому що інше розуміння буде приводити до стагнації, яку сьогодні ми спостерігаємо в нашому суспільстві і в світі загалом.

Російський філософ В. Тугарінов виділяє три групи цінностей: матеріальні, соціально- політичні та духовні [6, с. 261]. Соціальні трансформації, що відбуваються в українському соціумі, супроводжуються переоцінкою цінностей, конфліктом протилежних ціннісних систем і орієнтацій, деструкціями в ціннісній свідомості.

Значення цінності полягає в тому, що після її засвоєння вона стає стандартом або критерієм, який визначає подальшу діяльність людини, компанії. Цінності визначають не лише цілі,

які ставить перед собою індивід, компанія, а й засоби досягнення таких цілей [7, с. 220].

Аналізуючи думки науковців різних галузей знань, слід констатувати, що, вивчаючи той чи інший аспект цінності, ключовою відмінністю в науковому пошуку були різний предмет і мета дослідження. Однак тепер ми бачимо, як все тісніше і тісніше структуруються зв'язки між різними галузями знань, рівнями суспільства, суб'єктами господарювання. Ми приходимо до епохи інтегральної взаємодії, де необхідно не вести поділ на окремі напрями і течії, задовольняючи певні потреби, а знаходити точки узгодженості в розумінні тих чи інших процесів, приведення їх до рівноваги, партнерської взаємодії.

Якщо проаналізувати ідеологічну спрямованість думок учених-економістів із питань розуміння цінності, то більшість із них зосереджували свою увагу на реалізації головних цілей, які ведуть до задоволення матеріальних цінностей, тобто першої групи. Історичний шлях розвитку теорії цінності у світовій економічній науці має такий вигляд: від домінування витратно-факторних моделей у межах класичної парадигми – через наукову маржинальну революцію – до теоретичного синтезу обох наукових традицій у межах неокласичної парадигми [8]. В економічній науковій літературі відбувається ототожнення термінів «цінність» та «вартість». Але це неправильно, оскільки цінність і вартість – це не синоніми, а протилежності, невід'ємна пара, як світло і тінь [9].

Сучасна соціально-філософська та культурологічна література зазнала суттєвого подрібнення думок на природу цінностей та їх розуміння, що доводить поглиблення індивідуалізму (егоїзму) в сучасному суспільстві. Зокрема, цінності розглядаються як річ, яка має певну користь і здатна задовольняти ту чи іншу потребу людини; як ідеал; як норма; як значущість чогось для людини, соціальної групи чи спільноти тощо. Але всі ці розуміння відображають певний реальний бік цінності, тому їх треба розглядати не як взаємовиключні, а як взаємопроникаючі.

Усвідомлення і засвоєння духовних цінностей пов'язано з осмисленням особистістю, компанією чи суспільством мети і змісту своєї діяльності в аспекті постановки і вирішення різноманітних завдань. Духовні цінності як специфічні сенсоутворюючі джерела існування людини та серцевина механізму самоорганізації певної системи є соціально значущими орієнтирами розвитку, стають важливим чинником соціальної стабільності та відкривають широкі перспективи для успішних перетворень, стають провідними критеріями сталого розвитку.

Духовні цінності відрізняються від інших тим, що вони є продуктом духовного виробництва, а отже, належать до феноменів свідомості та виявляються у формі провідних, значущих соціокультурних орієнтирів: ідеалів, норм, символів, образів, почуттів тощо, що зумовлюють духовний розвиток індивіда чи суспільства загалом. На думку А. Здравомислова, світ цінностей – це передусім світ культури в широкому розумінні слова, це сфера духовної діяльності людини, її моральної свідомості, її прихильності до тих оцінок, у яких виявляється міра духовного багатства особистості [10, с. 127].

Таким чином, особливість сучасного етапу економічного розвитку вимагає внесення змін у визначення і формулювання мети управління і діяльності компаній. Відповідно, акцент повинен ставитися не на прибутковості діяльності підприємства (відображенні чистого прибутку у фінансовій звітності і періодичному отриманні доходів від інвестованого капіталу). Увага керівників, власників, інвесторів повинна бути спрямована на підвищення цінності підприємства.

Зараз ми є свідками розвитку маркетингу 3.0, або ери цінностей. Тепер компанії розглядають людей не просто як споживачів, а як повноцінних людських істот, наділених думками, емоціями, душею. І споживачі все частіше шукають рішення, покликані поліпшити сучасний глобалізований світ. У цьому складному світі всім нам потрібна компанія, місія, бачення і цінності якої присвячені задоволенню важливих потреб людини у громадській, економічній та екологічній задоволеності. У придбаних товарах і послугах люди шукають задоволення не тільки своїх функціональних і емоційних потреб, а й потреб людської душі [11, с. 7–11].

Подібно до орієнтованого на споживачів маркетингу 2.0 маркетинг 3.0 теж покликаний задовольняти запити споживачів. Однак компанії, що використовують цей третій варіант маркетингу, мають місію, бачення і цінності, важливі для світу загалом. Такі компанії хочуть вирішити проблеми всього суспільства. Маркетинг 3.0 піднімає концепцію маркетингу на рівень людських прагнень, цінностей і духу. Маркетинг 3.0 заснований на розумінні того, що споживачі – всебічно розвинені людські істоти, тому буквально всі їхні запити і надії заслуговують на увагу. Таким чином, маркетинг 3.0 доповнює емоційний маркетинг можливостями маркетингу людської душі (таблиця 1).

За останнє сторіччя технічний прогрес значно змінив споживачів, ринки і маркетинг. У маркетингу 1.0 основою є продажі, у 2.0 – брендування, а маркетинг 3.0 – це служіння своїм споживачам, і в цьому полягає ще одна його принципова відмінність і перевага. Яскраві приклади компаній, що працюють у ціннісному маркетингу 3.0, – IKEA і Google. Шведська меблева імперія прославляє цінність сім`ї, і це вельми успішно відбивається на її продажах. Об`єднати сім`ю загальним заняттям – збиранням меблів – здавалося б, досить проста ідея, але вона «зайшла» на мільйони покупців у всіх куточках світу. Для Google місією є надання користувачам максимально легкого пошуку в

Таблиця 1

Варіанти розвитку трьох епох маркетингу [11, с. 10]

Характеристика	Маркетинг 1.0. Орієнтація на продукт	Маркетинг 2.0. Орієнтація на споживача	Маркетинг 3.0. Орієнтація на цінності
Мета	Продавати продукти	Задовольняти потреби й утримувати споживачів	Зробити світ кращим
Рушійна сила	Промислова революція	Інформаційні технології	Технології нової хвилі
Як компанії розглядають ринок	Масові споживачі з фізіологічними потребами	Більш інформовані споживачі зі своїми думками й емоціями	Повноцінні розумні людські створіння з емоціями та душею.
Ключова маркетингова концепція	Розроблення товарів	Диференціація	Цінності
Принципи маркетингу	Акцент на характеристиках продукту	Позиціонування компанії і продукту	Місія, бачення і цінності компанії
Споживча вартість	Функціональна	Функціональна й емоційна	Функціональна, емоційна, духовна
Взаємодія зі споживачами	«Один із багатьма»	«Один на один»	«Співробітництво багатьох із багатьма»

Інтернеті. Зручність і швидкість пошуку – ті цінності, на яких побудована вся компанія.

І ще однією ключовою відмінністю маркетингу 3.0 є те, що у вас немає конкурентів, є тільки партнери. Тому що коли вашою метою є служіння людям, то конкурентів як таких не існує, є лише партнери з розширення ринку. Демонстрацією цього факту може слугувати посилання на Google внизу кожної сторінки Яндекса з результатами пошуку [12].

Однак розвиток маркетингу, орієнтованого на цінності, без інтегративної взаємодії всіх учасників, які роблять свій внесок у розвиток компанії, суспільства, неможливий. А найголовніше у цьому питанні – це система цінностей, на якій базується вся цілеспрямована діяльність учасників.

У маркетингу цінність трансформувалася в еволюційному розвитку концепцій маркетингу. На різних етапах розвитку концепції маркетингу в суспільстві актуалізувалися потреби певних груп ринкових контрагентів. Погоджуючись із позицією Н.С. Ілляшенко [13], що трансформаційні перетворення ранніх концепцій, які сформувалися та домінували з початку і до кінця XX ст., для учасників ринку мали певну етапність задоволення потреб і відповідних цінностей різного рівня, можна назвати весь цей період розвитком «маркетингу потреб» (рис. 1).

Пріоритетним стає задоволення потреб виробників з початку XX ст. до середини 50-хрр. у концепціях виробництва, товарній, комерційних зусиль. У цьому періоді логіка маркетингу зорієнтована на товар або послугу.

Починаючи з кінця 50-х років і до середини 90-х XX ст. домінуючою стає концепція маркетингу, інноваційного маркетингу. Пріоритетним стає задоволення потреб виробників і споживачів. Маркетинг зорієнтовано не тільки на вирішення внутрішніх проблем підприємства, а більшою мірою на пошук шляхів адаптації бізнесу до зовнішніх умов господарювання.

Еволюція маркетингу і виникнення концепції, спрямованої на поєднання інтересів, потреб виробників, споживачів і суспільства загалом, зумовлюється поступовим зростанням зрілості ринкового господарства, зміцненням у ньому регулюючих основ і появою сучасного соціально орієнтованого ринкового господарства. Увесь світ поступово переходить до нової парадигми соціально- економічного розвитку і збагачення соціального змісту ринкових відносин. Сучасні вимоги до більш високого рівня адаптованості виробництва до соціальних змін, більш повного задоволення потреб і запитів приводять до коригування основної парадигми господарства. Це дає змогу розглядати маркетинг саме як специфічну функцію соціального характеру [14, с. 132].

Концепція маркетингу взаємин застосовує терміни «партнерство», «управління ключовими клієнтами», формуються передумови для вживання маркетингових стратегій на основі взаємин, інструментарію управлінням життєвим циклом клієнта, у тому числі за допомогою маркетингового управління клієнтськими базами даних, що доводить логіку маркетингу, орієнтовану на задоволення потреб споживача, виробника і суспільства загалом.

Однак точкою перетину, зміни вектора, переоцінки цінностей стали процеси глобалізації, інтеграції та інформатизації суспільства. Сформувалося підґрунтя для переорієнтації суспільного укладу і зміни принципів постіндустріальної економіки на більш актуальні засади інформаційної економіки й економіки сталого розвитку. Тобто з пріорітетності потреби відбувається зміна на пріорітетність цінності в основі розвитку будь-якої організації, підприємства та ін.

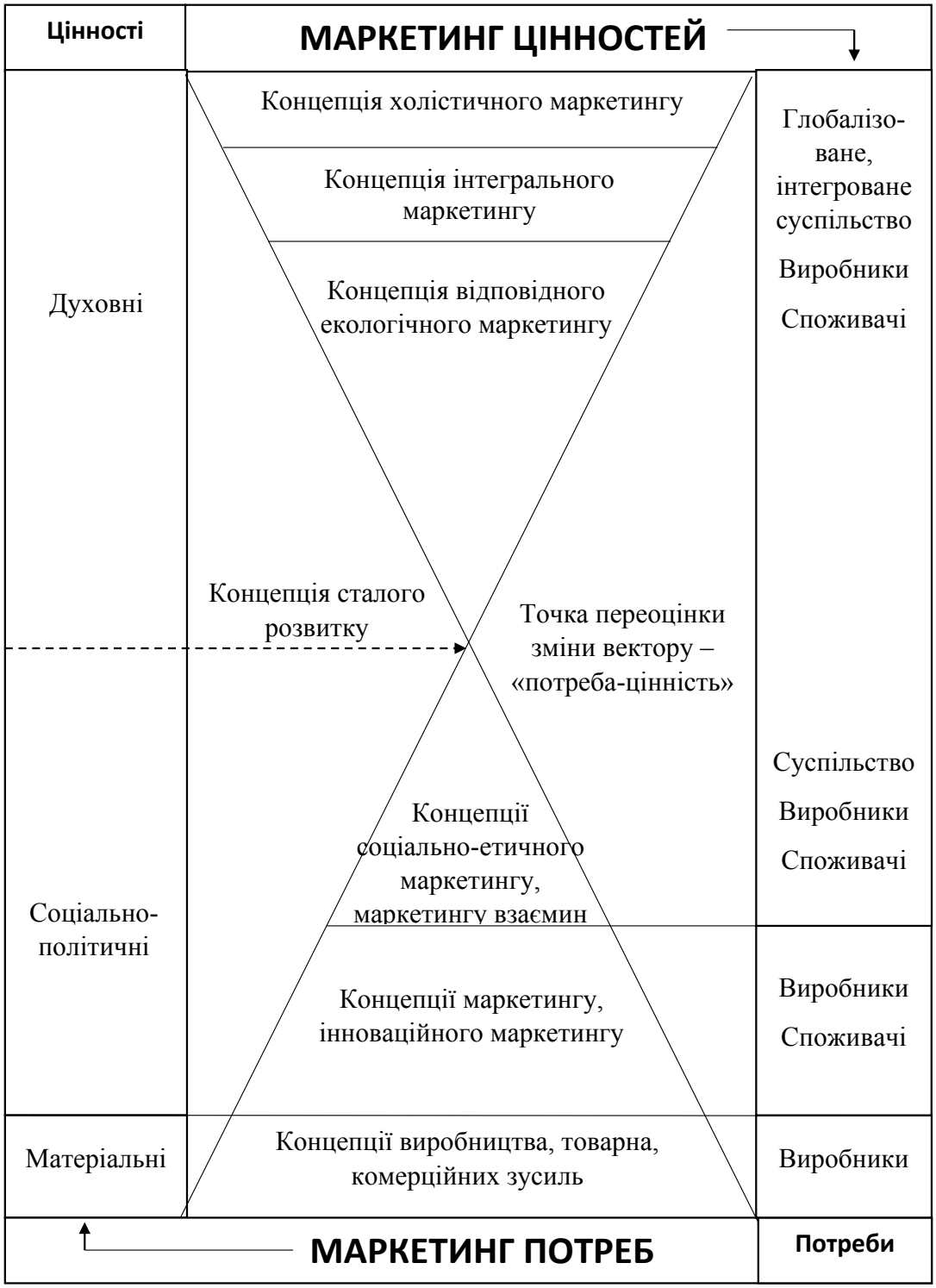


Рис. 1. Трансформація маркетингових концепцій у контексті «потреба – цінність»

**розроблено автором*

Обговорення питань сталого розвитку як основи побудови інформаційної економіки почалось у 70-х роках XX ст. У 1987 році Міжнародна комісія з навколишнього середовища та розвитку (МКНСР) підтвердила необхідність «стійкого розвитку» та документально закріпила основне положення: «зЗадоволення потреб сучасності не має підривати здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [15]. Принципи сталого розвитку були прийняті у 1992 році на Конференції ООН із навколишнього середовища та розвитку в Ріо-де-Жанейро [16].

На Всесвітньому саміті ООН зі сталого розвитку в 2002 році було узгоджено на рівні усього світового суспільства основні ідеї сталого розвитку для досягнення довгострокового задоволення основних потреб людства і збереження систем життєзабезпечення планети Земля.

Концепція сталого розвитку є результатом цілісного узгодження трьох складників: економічного, соціального та екологічного, що поєднує їх у триєдину концепцію соціо-еколого-економічного розвитку.

Оскільки цінності відбивають сутність соціального життя певного суспільства, його конкретний спосіб життя, то вони є відносними, а не абсолютними. Зі зміною суспільних відносин відбувається переоцінка цінностей: багато з того, що вважалося абсолютним і беззаперечним, знецінюється, і, навпаки, зміни в суспільстві породжують нові цінності. Сьогодні маркетинг стоїть на межі переосмислення своєї філософії, оскільки в концептуальну його основу закладається не реалізація будь-якої діяльності підприємства, процесів, в основі яких закладено потреби, а реалізація на основі цінності, в яких екологічним засобом задовольняються потреби. Настав час по-новому подивитися і переоцінити базове сприйняття і побудову всіх процесів у маркетингу з потреб на цінності.

Тобто новітні концепції маркетингу, такі як відповідальний, екологічний маркетинг, інтегральний маркетинг, холістичний маркетинг, створюють принципово нову конструкцію відносин між споживачами, виробниками і суспільством.

Відповідальний, екологічний маркетинг є не просто новим концептуальним підходом до формування попиту на продукцію компанії, він дає змогу завчасно продумати і розробити систему безпечного життєзабезпечення для споживачів підприємств і навколишнього середовища.

Як зазначає Ж.-Ж. Ламбен, «метою економічної системи має бути не задоволення споживача як таке, а покращення якості життя» [17, с. 76]. За своєю суттю це повинно повністю суперечити основному принципу традиційного маркетингу – принципу суверенітету споживача, якщо цей принцип завдає шкоди природі і майбутньому поколінню.

Відповідальний маркетинг є комплексною діяльністю, що спрямована на задоволення потреб цільового ринку і водночас базується на соціальних та етичних цінностях суспільства загалом, метою якого є збереження людських, матеріальних, енергетичних та інших ресурсів, охорона довкілля. Це відповідальне просування товарів і послуг на ринку, яке гарантує, що всі комунікації та діяльність є законними, справедливими, чесними, прозорими і чутливими до потреб і поглядів зацікавлених сторін. І діючи таким чином, компанія досягає позитивного соціального й екологічного впливу.

Екологічний маркетинг є невід'ємною компонентою відповідального, однак має дещо поглиблені вертикальні взаємозв'язки, оскільки без інтегрованої взаємодії з іншими концепціями маркетингу на різних рівнях управлінської діяльності не зможе виконати ключове своє завдання. Основним завданням цієї концепції є напрям діяльності підприємств у постійній поінформованості споживачів у сфері екологічних проблем, зниження використання обмежених ресурсів, створення екологічної безпеки життєдіяльності для задоволення потреб споживачів і ведення суспільства до сталого розвитку.

В історії розвитку цивілізації були різні періоди присутності духовності в економічному житті. Але тільки в наші дні практика духовного життя стає економічним життям. Інтегральний рух і інтегральний менеджмент зокрема – тому велике підтвердження. Інтегральний маркетинг як система, яка зумовить цілісне бачення перспектив бізнес-процесів, поряд з інтегральним бізнесом слугує координатною площиною, в якій точно простежуються основні матриці взаємодії цільової аудиторії, партнерів, культури, ідей і цілей у системі ринку. Можна говорити про інтегральний маркетинг і як про практику для складу топ-менеджерів бачити і коригувати цілі бізнес-процесів відповідно до більш високих рівнів сприйняття реальності і підтримувати сталий розвиток інтегральних лідерів у суспільстві.

Ця основна філософська ідея знаходить своє відображення в ноосферній теорії розвитку цивілізації (тут ми можемо спиратися на В.І. Вернадського, П.Т. де Шардена, Н.М. Моїсеєва тощо). Ноосфера як стадія розвитку цивілізації, на якій досягається стійкий розвиток системи «Суспільство – Природа» (Е.В. Гирусов), або коеволюція, формується в багатофункціональній і складній екосистемі, яка є продуктом еволюції Космосу. Ця стадія відбувається у природному «ринковому» середовищі – середовищі енергетичного обміну, що й зумовлює положення про те, що інтегральний маркетинг може бути порівняний з процесом ноосферогенезу, за якого сили Розуму знаходяться в гармонії зі світом і новими духовними втіленнями соціуму [18].

Традиційне мислення, як наукове, так і у сфері прийняття рішень, ґрунтується на аналітичному підході, коли більш складна система поділяється на підсистеми та елементи. Це, на думку одного з найбільш відомих дослідників застосування холістичної концепції в економіці Р. Уфімцева [19, с. 46; 21], дає ілюзію контролю за системою. Будь-яка система потенційно є дуже складною та ймовірнісною, що в сукупності з емерджентністю унеможливлює такий контроль на засадах традиційного аналізу. Тому, відповідно до холістичної концепції, необхідно не поділяти систему на складники, а сприймати в усій її різноманітності та складності.

У цьому ключі розглядає концепцію холістичного маркетингу Р. Уфімцев [20] – не як синтез

інших маркетингових підходів, а як результат послідовного об'єднання трьох різних наукових напрямів, що розширює діапазон розуміння і тим самим дає змогу синергизувати маркетингові напрацювання під кутом міждисциплінарного сприйняття: когнітивної психології, теорії складних систем (синергетики), класичного маркетингу як виду діяльності, спрямованого на задоволення потреб шляхом обміну.

Основою когнітивних технологій є когнітивна наука, що вивчає, як люди сприймають світ, як мислять, на що звертають увагу, як запам'ятовують інформацію тощо. Когнітивні процеси формують свідомість споживача, тому метою когнітивної концепції маркетингу є формування кола потенційних споживачів компанії, які мають схожу пізнавальну систему, а відповідно – схоже мислення, світосприйняття, уяву, свідомість тощо. Тому когнітивні технології спираються на засади нейронауки, теорію синергетики (самоорганізації), комп'ютерні та інформаційні технології, математичне моделювання людської свідомості, інші наукові та практичні концепти, які раніше вважали складниками фундаментальної та прикладної природничої науки.

Першим кроком до цілісного погляду є розгляд підприємства лише як умовної сфери єдиної системи «підприємство – ринок». Зникають межі протиставлення підприємства і ринку, що його оточує. Вони занадто тісно пов'язані між собою, щоб можна було їх розглядати ізольовано одне від одного. Не існує ринку взагалі, а тільки середовище, в якому живе бізнес. Не існує підприємства взагалі, а є співтовариство людей, що збираються на декілька годин на день заради загальної справи, до яких час від часу приєднуються інші люди – клієнти і керівники. Це різниця між тим, щоб бачити яблуко як частину вашого сніданку і бачити яблуко як частину яблуні. Якщо ви хочете бачити живе яблуко, вам треба пошукати яблуню [20].

Другий крок полягає в тому, що все більше стираються межі розрізнення в житті підприємства об'єктів і процесів, які «важливі» для маркетингу, і тих, які «не важливі». Все, що можна побачити, почути або відчути у зв'язку з підприємством, має значення – рекламні макети, телефонні інтонації або запах кави в офісі. Все є частиною єдиного когнітивного поля, яке сприймається клієнтами, співробітниками і власниками бізнесу. Те, що не є частиною цього поля, – порожні і непотрібні абстракції.

Висновки з проведеного дослідження. З огляду на вищезазначене, облік соціальних наслідків ринкової діяльності в межах теоретичних і методологічних підходів маркетингу дає нам змогу розглядати його як концепцію формування адекватної господарської поведінки, коли устремління економічного агента гармонічно узгоджуються з умовами й орієнтовані в реалізації на довгострокову перспективу. І питання сьогодні стоїть не в тому, щоб якимось чином різко змінити поведінку споживачів, а в тому, щоб зрозуміти, що участь споживача у створенні продукту підвищує реальність створення цінності в конкретному маркетинговому бізнес-рішенні. Створення цінності, її присутність робить бізнес моральним, етичним і водночас дієвим елементом творчої оцінки еволюційного розвитку.

Узагальнення показали, що поняття «цінність» є предметом широких теоретичних досліджень різних наукових спрямувань і не втрачає своєї актуальності і досі. На сучасному етапі розвитку України як незалежної держави пожвавилися дослідження цінностей та ціннісних орієнтацій суспільства, особливо молоді. Підвищений інтерес науковців до проблеми цінностей та ціннісних орієнтацій – це результат більш поглибленого розуміння природи людського пізнання, яке в процесі трансформації набуває нових ознак та допомагає особистості пристосуватися до якісно нових соціально-культурних умов життя.

У такому ціннісному ключі розвитку будь якої системи, підприємства можна передбачити, що маркетингове перепрограмування повинно виконувати одночасно і деяку сакральну, тобто священну функцію загального задоволення. У цьому сенсі така трансформація на глибинному рівні повинна різко відриватися і піднятися над емпірично стійким сьогодні орієнтиром на нівелювання культурологічного складника традиційних цінностей багатонаціональної держави. Тобто маркетинг цінностей повинен бути цілеспрямовано культурно центрованим і максимально враховувати в «чистому вигляді» наявність історично спресованих і узагальнених на ментальному рівні символічних побудов у житті кожної людини, які накладено еволюцією розвитку різних систем цінностей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бем-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных благ // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер / Пер. с нем.; За ред. В.С. Автономова. М.: Экономика, 1992. С. 243–426.

2. Федько В.П. Формирование маркетингового мышления как парадигмы создания ценностей в ходе современной эволюции концепций маркетинга/ В.П. Федько // Финансовые исследования. № 1 (54), 2017. С. 123–132.

3. Мачуська І.М. Визначення поняття «особистісні цінності»: теоретичний аспект. URL: http://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp181/1_Machurska.pdf

4. Гулыга А.В. Эстетика в свете аксиологии. СПб: Алетейя, 2000. 447 с.

5. Філософський енциклопедичний словник / В.І. Шинкарук. К.: Абрис, 2002. 744 с.
6. Тугаринов В.П. Избранные философские труды. Л.: ЛГУ, 1988. 343 с.
7. Управління суспільним розвитком: словник – довідник / за ред А.М. Михненка. К.: Вид-во НАДУ, 2006. С. 220
8. Гайдай Т.В. Історико-економічний аналіз розробки проблеми цінності у вітчизняній та зарубіжній теорії / Т.В. Гайдай // Історія народного господарства та економічної думки України: (зб. наук. праць). Частина 2 К., 209. 300 с.
9. Паламарчук В.П. Оценка бизнеса: учебное пособие / В.П. Паламарчук. М., 2004. 108 с. URL: www.e_reading_lib.org/bookreader.php/141300/Ocenki_biznesa.html
10. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности / А.Г. Здравомыслов. М.: Политиздат, 1986. 223 с.
11. Котлер Ф. Сетиаван Ф., Картаджайя Х. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М.: ЭКСМО, 2011. 240 с.
12. Маркетинг нового покоління. URL: http://uamgguru.ru/rizne/16772-marketing-novogo-pokolinnja.html
13. Ілляшенко Н.С. Маркетинг та інновації як головні функції бізнесу / Н.С. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. 2007. № 2. С. 77–92.
14. Хоменок П.І. Сучасні тенденціїї розвитку маркетингу / П.Г. Хоменко// Актуальні проблеми економіки. № 12 (102), 2009. С. 123–133.
15. Википедия – свободная энциклопедия. URL: http://ru.wikipedia.org.
16. Программа действий. Повестка дня на XXI век и другие документы конференции в Рио-де-Жанейро. Женева: Центр «За наше будущее», 1993. 70 с.
17. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. з англ. под ред. В.Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2004. 800 с.
18. Паршин Т. Интегральный маркетинг: основания и определения. URL: http://eroskosmos.org/integral-marketing/
19. Уфимцев Р. Эффект бабочки в маркетинге / Р. Уфимцев // &Стратегии. 2006. № 8. С. 45–52.
20. Уфимцев Р. Основы интрамаркетинга / Р. Уфимцев // Ателье ER. URL: http://www.metaphor.ru/er/approach/intramarketing.xml.

УДК 338.4:339.9

ВИРОБНИЦТВО ДЕРЕВНИХ ПЕЛЕТ У КРАЇНАХ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ЧЕТВІРКИ: ЗМІНА КЕРІВНОЇ ПАРАДИГМИ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

WOOD PELLETS PRODUCTION IN THE VISEGRÁD GROUP: THE CHANGE OF ENTERPRISE'S LEADING PARADIGM IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT CONTEXT

Галиш Н.А.
здобувач кафедри туризму Навчально-наукового інституту
міжнародних економічних відносин імені Б.Д. Гаврилишина,
Тернопільський національний економічний університет

У статті досліджено стан та динаміку виробництва деревних пелет у країнах Вишеградської четвірки: Польщі, Чехії, Словаччині та Угорщині. Виконано огляд регіональних ринків пелет та охарактеризовано контекстні передумови для зміни парадигми управління підприємствами цієї галузі з огляду на політику сталого розвитку ЄС.

Ключові слова: *біомаса, тверде біопаливо, деревні пелети, деревні гранули, відновлювані джерела енергії, сталий розвиток, управління, конкурентоспроможність.*

Статья посвящена исследованию состояния и динамики производства древесных пеллет в странах Вышеградской четверки: Польше, Чехии, Словакии и Венгрии. Выполнен обзор региональных рынков пеллет и охарактеризованы контекстные предпосылки для смены парадигмы управления предприятиями данной отрасли с учетом политики устойчивого развития ЕС.

Ключевые слова: *биомасса, твердое биотопливо, древесные пеллеты, древесные гранулы, возобновляемые источники энергии, устойчивое развитие, управление, конкурентоспособность.*

In the article, the state and dynamics of wood pellet production in the Visegrád countries are observed: Poland, Czech Republic, Slovakia, and Hungary. The review of regional markets of pellets is carried out, as well as the contextual preconditions for changing the paradigm of enterprise management in this sector are considered, taking into account the policy of sustainable development of the EU.

Key words: *biomass, solid biofuels, wood pellets, renewable energy sources, sustainable development, management, competitiveness.*

Постановка проблеми. У 1990-х роках Центральна Європа зазнала сильних політичних та економічних перетворень, що вплинуло на національні політики цих країн щодо енергетики і навколишнього середовища. В епіцентрі важливих змін опинились і країни Вишеградської групи (V4) – Чехія, Угорщина, Польща та Словаччина. Із початком політико-економічних реформ ці країни також почали реалізацію концепції сталого розвитку, передусім в екологічному та соціально-економічному аспектах. Добробут навколишнього середовища та сталий розвиток суспільства став для урядів стратегічним пріоритетом.

В об'єктивному сенсі тема сталого розвитку стрімко поширилась у світовому науковому дискурсі наприкінці XX століття і була швидко перенесена у політичну площину. Це не лише спричинило поглиблені дослідження та публікації в цій галузі з акцентом на екологічних аспектах, а й зумовило суспільно-політичні трансформації у країнах із перехідною економікою [1]. Також ця тема стала фундаментальною для внутрішньої політики Європейського Союзу тй об'єктивно впливає на національні стратегії країн-членів, розроблення галузевих стандартів та поточні економічні операції підприємств і компаній.

Одним із «стовпів» концепції сталого розвитку є відмова суспільства від викопного палива та перехід до споживання альтернативних (відновлюваних) енергоджерел. Тому з кінця 90-х років XX століття можна відзначити експоненціальний ріст показників як виробництва, так і споживання відновлюваних джерел енергії, що випливає із дотримання країнами Міжнародної енергетичної хартії та міжурядових конвенцій. Передусім розвиток було посилено зусиллями Європейського Союзу щодо збільшення частки енергії, виробленої з відновлюваних джерел [2]. Сьогодні динамічний розвиток цієї ланки

характерний для усіх країн V4, проте природа приросту у різних країнах є різною. Метою цієї статті є дослідження зміни керівної парадигми підприємств-виробників деревних пелет у країнах Вишеградської групи з огляду на посилення ролі енергетичної політики та сприяння розвитку біопаливної галузі в обраному регіоні та у ЄС загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці сталого розвитку в регіоні присвячені праці [1; 2; 5; 16; 18; 21], що висвітлюють в основному технологічні аспекти виробництва деревних пелет, а також загальні соціально-економічні передумови для їх виробництва в країнах Вишеградської четвірки. Важливими є також галузеві дослідження регіональних та міжнародних організацій [7; 10; 17; 22], які зосереджують свою увагу на питаннях національних особливостей та законодавчих регуляторів ринків біоенергетичної продукції. Серед низки вітчизняних учених, що працюють у цьому напрямі, варто відзначити А. Гуз [4], провідного експерта Національного екологічного центру України.

Проте ми не знаходимо у фаховій літературі висвітлення питань, що стосуються стратегії управління підприємствами, які виробляють тверде біопаливо (зокрема, деревні пелети). З огляду на поширення кількості виробників паливних гранул на вітчизняному ринку, а також на зміну умов зовнішньої торгівлі пелетами (спрощення митних процедур, сертифікацію та стандартизацію продукції на фоні зростання попиту на пелети відповідної якості тощо), дослідження питань стратегічного розвитку підприємств як гравців на українському та міжнародному ринку пелет є вкрай важливим. Саме реалізація зобов'язань регіональної європейської політики сталого розвитку як на мікро-, так і на макрорівні визначила вектор зростання ринку паливних гранул та відповідну зміну керівної парадигми підприємств, що їх виробляють.

Метою статті є дослідження динаміки виробництва деревних пелет підприємствами країн Вишеградської групи з погляду аналізу стратегій управління ними з дотриманням концепції сталого розвитку, а також в умовах дотримання виробниками спільних галузевих стандартів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні всі країни Вишеградської групи, а це Республіка Польща, Чеська Республіка, Словаччина та Угорщина, у своєму економічному розвитку дотримуються принципів сталого розвитку та енергоефективності. Загалом стратегічні цілі країн щодо розвитку енергетичного сектору узгоджуються в межах Європейської Енергетичної Хартії, яка ставить собі за завдання сталий розвиток енергетики, підвищення рівня енергобезпеки, поліпшення стану охорони навколишнього середовища та створення сприятливих умов для залучення інвестицій [3]. З Європейської Енергетичної Хартії вона перетворилася на Міжнародну Енергетичну Хартію, оскільки межі співпраці вже давно не обмежуються Євразійським ринком. Угоду ратифікувало вже понад 70 країн світу. Енергетична Хартія – це міжнародна угода, яка ставить за мету підвищити енергонезалежність і енергоефективність країн, що розвиваються, гарантує безпеку інвестицій та безпеку транзиту. Серед основних зобов'язань, які накладає Хартія, – відсутність дискримінації постачальників енергоресурсу, створення конкурентного ринку, вільний транзит електроенергії [4].

Динамічне зростання населення та соціально-економічний розвиток, які спостерігалися з минулих десятиліть, збільшили навантаження на природне середовище. Внаслідок змін, що відбуваються, суспільство має посилювати екологічну відповідальність. Тому турбота про природне середовище стала важливим чинником подальшого соціально-економічного розвитку, в тому числі в межах амбітних цілей, що діють в ЄС. Два явища, що значно полегшують цю турботу, – це технологічні досягнення та поширення інновацій, оскільки це використання сучасних рішень, що забезпечують соціально-економічний розвиток, який слугує задоволенню потреб місцевих громад, не викликаючи деградації навколишнього середовища [5].

У вересні 2017 року керівники урядів країн V4 підписали Спільну декларацію щодо Директиви використання відновлюваних джерел енергії після 2020 року, де серед іншого йдеться про подальшу стратегію виробництва біопалива. До Вишеградської «четвірки» долучилися також Болгарія, Румунія та Словенія, які разом узгодили вплив змін, пов'язаних із заохоченням відновлюваних джерел енергії. Основним мотивуючим чинником цього стало переконання, що використання відновлюваних джерел енергії підвищує енергетичну безпеку та відіграє вирішальну роль у сталому розвитку усієї Європи. Міністри підкреслюють важливість біоенергетичних ресурсів як важливого інструменту для збільшення як робочих місць, так і зростання в межах ЄС, особливо в сільській місцевості. Важливим аспектом Декларації, зокрема, враховуючи наявні та очікувані надлишки врожаю в Європі, стали зусилля щодо відновлення генерації біопалива, в тому числі виробленого з відходів та побічної продукції сільськогосподарських чи лісових господарств, збереження рівня енергетичної безпеки в Європі, що змусить у результаті інвесторів повертатися до Європи, а також досягати суспільної мети щодо збереження клімату.

Ще одним законодавчим важелем у регулюванні біоенергетичної сфери є пакет Європейської Комісії «Чиста енергія для всіх європейців», який ухвалюють на рівні європейських міністрів енергетики. Багато спостерігачів очікують, що альянс між країнами V4 спрямований на подолання європейських амбіцій щодо цілей «зеленого» розвитку та «очищення» енергетики.

Урядові представники V4 з цього приводу виступили з короткою спільною заявою, що висуває «серйозні занепокоєння з приводу дуже обмежених термінів» переговорів та наголошує на важливості права держав-членів вільно визначати власну енергетичну структуру. Експерти очікують, що чотири країни Східної Європи намагатимуться максимально обмежити кліматичні амбіції ЄС [6].

Але очевидно, що позиції чотирьох країн відрізняються за багатьма питаннями. З одного боку, авторитарні тенденції нинішніх урядів Польщі та Угорщини протистоять новаторським Чехії та Словаччині, посилюючи тріщини в їх політичному союзі. Члени групи, наприклад, були проти кліматичних та енергетичних цілей ЄС, які висувалися до 2030 року або нещодавно в їхніх реакціях на референдум у Великобританії, в результаті чого уряди Польщі та Угорщини вимагали докорінних змін у договірній базі ЄС. З іншого боку, Словаччина та Чеська Республіка відчувають, що набагато важливішим є приєднання до решти країн ЄС. Ці країни становлять деякою мірою опозицію Польщі та Угорщини, що «розхитують» законодавчі межі та активно шукають нових альянсів.

Платформа E3G випустила нову серію брифінгів «Клімат та енергія», присвячену енергетичній політиці країн V4. Вони виходять за межі строгих переговорних позицій, які ці країни раніше прийняли для аналізу останніх зрушень у їхній реальній економіці, внутрішніх політичних та суспільних дебатах, а також їхнього позиціонування щодо Європейського Союзу та інших його держав-членів. Вони також висвітлюють розбіжності між минулими позиціями на переговорах щодо енергетики та клімату та національних інтересів і можуть допомогти дипломатам та впливовим організаціям визначати шляхи створення нових союзів із цими країнами [7].

Більш прискіпливий погляд на країни V4 дає змогу відзначити, що поряд із Польщею Чеська Республіка стає все більш прогресивною внаслідок внутрішніх зрушень. Найбільша та найвпливовіша урядова ініціатива ČEZ – це диверсифікація портфеля відновлюваних джерел енергії, зберігання та утилізація відходів ядерної енергетики. З іншого боку, Угорщина, як і раніше, дуже узгоджує свою політику із Польщею щодо клімату та енергетики. Це відбувається в обмін на підтримку Польщі з інших питань, таких як міграція та розслідування верховенства права. Ще одна важлива особливість полягає в тому, що Чехія та Угорщина мають хорошу позицію на шляху переходу до низьковуглецевої економіки. Зі 128 країн, що потрапили до рейтингу, Чеська Республіка та Угорщина зайняли відповідно 27-ме та 33-тє місце у 2016 році. Це ставить їх серед найбільш інноваційних економік країн Центральної і Східної Європи, що значно випереджає Польщу, яка займає лише 45-те місце.

Чеська Республіка краще, ніж інші країни V4, демонструє науково-дослідну та інноваційну спроможність. Проте політична основа інвестицій є нестабільною і не є чітко спрямованою на сталі варіанти розвитку. Окрім кліматичних проблем, забруднення атмосфери та енергетична бідність стають поширеними та крихкими проблемами у країнах Вишеграду, особливо в Угорщині та Польщі. Угорщина має один із найгірших показників у ЄС щодо енергетичної бідності: 40% домогосподарств страждають від бідності на паливні ресурси та витрачають понад 20% своїх доходів на рахунки за енергію. Польща в ЄС дублює репутацію Китаю в світі, коли йдеться про забруднення повітря, тому активно протестує суспільство. Такі побоювання переконують багато місцевих органів влади розробляти плани з низьким рівнем викидів, зосереджуючи увагу на енергоефективності та місцевих відновлюваних джерелах енергії. Незважаючи на те, що національна політика часто буває більш ворожою, прогрес на місцях робить переваги кліматичних дій більш очевидними і може збільшити підтримку переходу на економіку з низьким рівнем викидів вуглецю у громадах та містах.

Отже, поступовий процес заміни традиційного палива на біологічне у Вишеградських країнах, що розпочався зі вступом країн до ЄС, приводить до формування ринків нової біоенергетичної продукції – твердого біопалива, одним із різновидів якого є деревні пелети (деревні гранули).

Пелети виготовляються з органічних речовин (деревина, сільськогосподарські відходи та ін.) або неорганічних речовин, таких як муніципальні тверді відходи. Кінцевою метою використання є виробництво електроенергії або тепла. Найбільш поширеним способом обробки сировини для цього є переробка побічної продукції із лісозаготівель, відходів та інших залишків низької економічної цінності в лісовій промисловості. Стиснення деревини створює вищий ККД, ніж звичайні джерела біомаси, отже, енергетично така переробка є виправданою [2].

Загалом по європейських країнах загальний обсяг споживання твердої біомаси постійно збільшувався між 2001 та 2008 роками. Наприклад, найбільше зростання споживання спостерігалося у 2006 році, коли було придбано на 10,1% більше твердої біомаси порівняно з попереднім роком. Проте національні ринки країн ЄС сильно відрізняються, тому стверджувати про середні тенденції у цій сфері є некоректним. У цій статті ми зосередимо увагу саме на особливостях ринків у країнах V4.

Незважаючи на те, що країни Центральної та Східної Європи загалом навіть не наближаються за показниками виробництва чи споживання до списку п'яти країн-лідерів по ЄС (Німеччина, Швеція, Латвія, Естонія, Австрія), саме вони все частіше постачають вироблені пелети на най-

ближчі теплові ринки. Незначний внутрішній попит та невелике, але зростаюче виробництво деревних пелет значною мірою характеризують галузеві ринки і країн Вишеграду. Зростанню виробництва гранул у цих країнах сприяють кілька великих виробників, невелика кількість середніх та малих виробників, а решта припадає на різні рівні децентралізованого мікровиробництва в кожній країні. Загалом, критерії класифікації підприємств галузі такі:

– великий виробник (понад 70 000 тон на рік),

– середній виробник (від 30 000 до 70 000 тон на рік),

– маленький виробник (менше 30 000 тон на рік).

Практично кожна країна V4 експортує основну частину своєї продукції на більш розвинені ринки гранул (провідні країни ЄС), але внутрішній попит на них, наприклад, у Польщі, наближається до рівнів, характерних для великих країн-покупців із метою як житлового, так і промислового використання гранул.

Для європейського регіону Європейська рада з брикетування визначає подальше підвищення ефективності та якості виробництва гранул, ефективності логістики та опалення. Очікується, що ринок опалення житлових приміщень зростатиме постійно. Заміна вугілля на електростанціях була одним з основних ринків збуту в ЄС у минулому, але нещодавно зазнала згортання. Незважаючи на це, нові заводи, приміром, у Нідерландах та Данії, планують вийти з ринку протягом найближчих двох років. Однією з перешкод є поточна невизначеність підтримки біоенергетики з рівня політики ЄС. Кілька національних урядів у Європі посилили свою підтримку, однак чекають чітких сигналів від рівня ЄС (зокрема, Winter Package та RED II), що висвітлює вимоги до стійкості до деревних гранул і необхідність забезпечувати великомасштабну потужність лише з деревної біомаси зі збільшенням кількості іншої відновлюваної електроенергії.

Ілюстрацію щодо сучасного стану експорту деревних пелет у світі дає таблиця 1.

У 2015 році Україна найбільше деревних гранул експортувала у Польщу – 49829 т, на другому місці опинилась Італія – 27577 т. На третій позиції знаходилася Чехія, яка імпортувала 15310 т українських деревних гранул [12].

Загалом охарактеризуємо стан з виробництва деревних гранул у кожній із чотирьох країн V4 та підсумуємо вплив макроекономічних регуляторів на розвиток пелетного виробництва загалом та на зміну стратегії управління підприємствами галузі за останні роки.

Польща.

Ринок пелет у Польщі бере свій початок у 2003 році, коли майже все виробництво було здійснено для експорту. З тих пір виробництво збільшилося, як і споживання деревини, крім невеликих коливань. До 2008 року встановлена потужність виробничих гранул становила 674 тис. т, а власне виробництво – до 340 тис. т. Тоді у Польщі працювало близько 20 пелетних компаній, більшість з яких мали потужність менше 30 тис. т. За цей час загальне внутрішнє споживання оцінювалося приблизно у 120 тис. т, що робить Польщу експортною домінуючою країною, яка залишається нею і сьогодні.

Виробничі потужності в 2015 році зросли приблизно до 1,2 млн. т від приблизно 70 виробників, з яких половина виробляють понад 5 тис. т на рік (див. рис. 1). Польща має шість великих виробників гранул із виробничою потужністю понад 50 тис. т на рік, від 25 до 30 виробників понад 5 тис. т на рік і більше 35 виробників потужністю менше 5 тис. т на рік (більшість – менше 2 тис. т).

Серед великих виробників пелет – Barlinek Inwestycje, IKEA, PPUH Fabich, Stelmet і Тартак Ольчик. Польські виробники переважно використовують тирсу з хвойних порід як сировину для виготовлення гранул і збувають їх майже винятково для ринків опалення. Приблизно 80% виготовлених пелет сертифіковані в Польщі за DINplus, ENplus або обома стандартами. На думку експертів, сертифікація гранул набула першочергового значення впродовж 2014–2016 рр. У 2013 році лише 5 польських виробників володіли 9 сертифікатами. У 2016 році вже 39 вироб-

Таблиця 1

Топ-10 світових експортерів деревних пелет, кг

Країни / Рік	2013	2014	2015
США	2888516750	4055732449	4668774792
Канада	1640347477	1637589402	1627783724
Латвія	1055929000	1290447000	1620448000
Вєтнам	132397713	607379107	
Росія	743639892	879028241	934863788
Естонія	623175000	640838000	883293000
Португалія	769897000	723115000	693692000
Німеччина	720228000	682800000	689089000
Австрія	482799000	485372000	559125000
Румунія	457488000	412941000	323325000

Джерело: склала автор на основі [8; 10; 11]

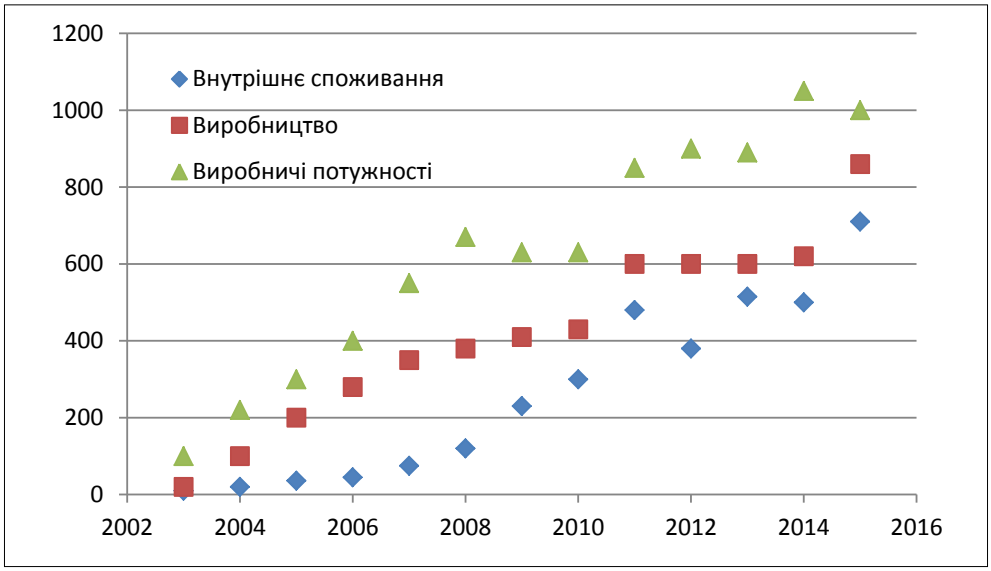


Рис. 1. Розвиток ринку деревних пелет у Польщі, 2008-2015 рр.

Джерело: побудувала автор на основі [7; 15; 16]

ників були сертифіковані, загалом налічувалося 27 DINplus та 18 сертифікатів ENplus. Продаж гранул із Польщі переважно відбувається у Німеччину, Данію та Італію. Так, наприклад, у 2015 році Польща експортувала 36012 т гранул до Італії на суму майже 7 млн. дол., згідно з базою даних Comtrade ООН [15]. Водночас Польща імпортує близько 90% своїх гранул з України та обмежену кількість із Литви, Білорусі та Росії.

Сертифікація та виробництво не є єдиними категоріями, що характеризувалися перспективним ростом у Польщі. З 2008 року споживання зросло більш ніж удвічі й у 2015 р. становило майже 300 тис. т на рік, більшість із цієї кількості (250 тис. т) постійно йде на теплозабезпечення. Решта 50 тис. т споживається на польських ТЕЦ та електростанціях. Сьогодні у Польщі не існує когенераційних установок, призначених тільки для гранул, але існує декілька невеликих проектів з обігріву потужністю в середньому 200–300 кВт.

Внутрішній ринок Польщі залишається відносно невеликим, оскільки вугілля залишається основним джерелом тепла. Ринок бензину не працює надто добре через низькі ціни на вугілля, і польська політика щодо зниження викидів не є дуже жорсткою. У 2014 р. набрав чинності новий закон, що регулює кількість смогу у промислових регіонах та великих містах. Дотепер працюють такі інструменти регулювання ринку ВДЕ, як зелені сертифікати на електроенергію, але за останні роки ціни сертифікатів різко зменшилися, і це більше не є стимулом. Фінансування ЄС для виробництва тепла з біомаси доступне, і, згідно з повідомленням [18], деякі муніципалітети намагаються фінансово підтримувати заміну котлів на енергозберігаючі та для інших видів палива, щоби зменшити викиди. Внутрішні споживачі в Польщі зазвичай купують дрібно розфасовані мішки гранул, тоді як крупні партії на експорт постачаються у біг-бегах. Ціна гранул становить приблизно 210 євро (220 дол. США), включаючи податок на додану вартість, за тону.

Словаччина.

Словаччина знаходиться в Центральній Європі, межує з Польщею, Україною, Угорщиною, Австрією та Чехією. Значна частина країни вкрита лісами, що робить її ідеальним ринком для розвитку біоенергетики, однак екологічна обізнаність у Словаччині залишається досить низькою, формуючи невеликий попит на внутрішньому ринку. Словацький ринок гранул був створений наприкінці 90-х років і, як повідомляється в регіональному звіті, створеному інформаційною платформою FOROPA Biomass, був досить хаотичним [17]. У доповіді зазначається, що виробництво гранул нестабільне і залежить від стану міжнародного ринку (ціни на попит). У 2012 році виробники пелет у Словаччині виробляли 80 тис. т та експортували близько 30 тис. т, переважно до Італії, Нідерландів та деяких інших країн ЄС. Як і Польща та Чехія, Словаччина використовує суху тирсу, що є побічним продуктом у деревообробній промисловості, як основу для більшої частини сировини для виробництва гранул. На підставі недавнього опитування Європейської ради з питань пелет, виробництво гранул у Словаччині в 2015 році становить від 100 тис. до 300 тис. метричних тон [20].

Однією з найбільших фірм з гранулювання в Словаччині є компанія myWoodPellets потужністю близько 15 тис. т. Більшість операцій із гранулювання належить компанії myWoodPolomkaTimber s.r.o., що діє за стандар-

том ENI13377 [21]. Сортовим матеріалом для виготовлення гранул є чиста хвойна деревина. Важливим аспектом виробництва пелет на цьому підприємстві є використання винятково сухої деревини, тому не витрачається енергія для сушіння. Використання сухої сировини у поєднанні із виробництвом гранул на місці заощаджує фірмі витрати на транспортування та енергоресурси, що приводить до зменшення викидів вуглецю.

За словами експертів, більшість виробництва гранул у Словаччині розташовується поруч із виробництвом деревини. Майже кожна велика компанія з виробництва деревини в Словаччині має власне виробництво гранул, тому коли йдеться про масштабування бізнесу, то це дуже проблематично. Лише декілька виробничих об'єктів не мають лісопильних потужностей поруч, і це важливий аспект конкурентоспроможності, тому що витрати на транспортування та логістику дуже високі.

В країні станом на 2015 р. налічувалося 5–6 великих виробників, але решта потреб ринку забезпечувалася децентралізованими мікрофірмами. Тим не менше, пелетне виробництво у Словаччині розвивається дуже швидко, і сьогодні країна володіє 9 сертифікатами ENplus, що порівняно з розміром країни та населенням досить багато. Фахівці підрахували, що окрім дев'яти сертифікованих, існує також від 20 до 30 дрібних несертифікованих виробників, які забезпечують гранулами винятково потреби внутрішнього ринку.

Слід відзначити, що сертифікація особливо важлива для експорту, а більш крупні виробники виробляють основну продукцію для цих ринків, оскільки в Словаччині мало клієнтів. Так, 80% виробників у Словаччині в основному експортують гранули до Італії. Іншими країнами експорту є Австрія, Німеччина та Словенія. База даних Comtrade ООН показує, що Словаччина експортувала 61 947 т деревних гранул до Італії в 2015 році на суму 12,3 млн. дол. США [15].

Європейська сертифікація допомагає подолати побоювання клієнтів щодо неякісної продукції, яка нещодавно масово надходила з Росії, України та Далекого Сходу. Цей процес підірвав довіру до виробників загалом по Східній Європі, тому процеси сертифікації змушені її повернути.

Річне внутрішнє споживання Словаччини в 2012 р. становило приблизно 50 тис. т, згідно з джерелом [22] (рис. 2).

Опитування, проведене у 2015 році, показує, що витрати пелет на опалення залишаються нижче 100 тис. метричних тон. Повільний розвиток ринку пояснюється відносно високою вартістю установки котлів та низькими цінами на конкурентне опалювальне паливо. Цей спосіб використання гранул у країні обмежений житловими будинками (1000 домогосподарствами) або приблизно 100 малими та середніми об'єктами, що мають річний рівень споживання до 3 тис. т, відповідно до даних FOROPA за 2012 та 2013 рр. [17]. Навесні 2013 року ціни на гранули в Словаччині коливалися від 170 до 210 євро за тону, виходячи із сезонності та регіональних умов.

Нафта і газ залишаються найбільшими джерелами генерації тепла в Словаччині, й експерти вважають, що це тримає в напрузі інші ринки енергоресурсів, в тому числі й альтернативні. Це – велика проблема для Словаччини, але більша для тих країн, що споживають значно більші обсяги енергії, наприклад, Німеччина чи Італія, а також Австрія.

Чеська Республіка

Чехія межує з Польщею на південному заході. Через територіальну близькість ринок пелет у

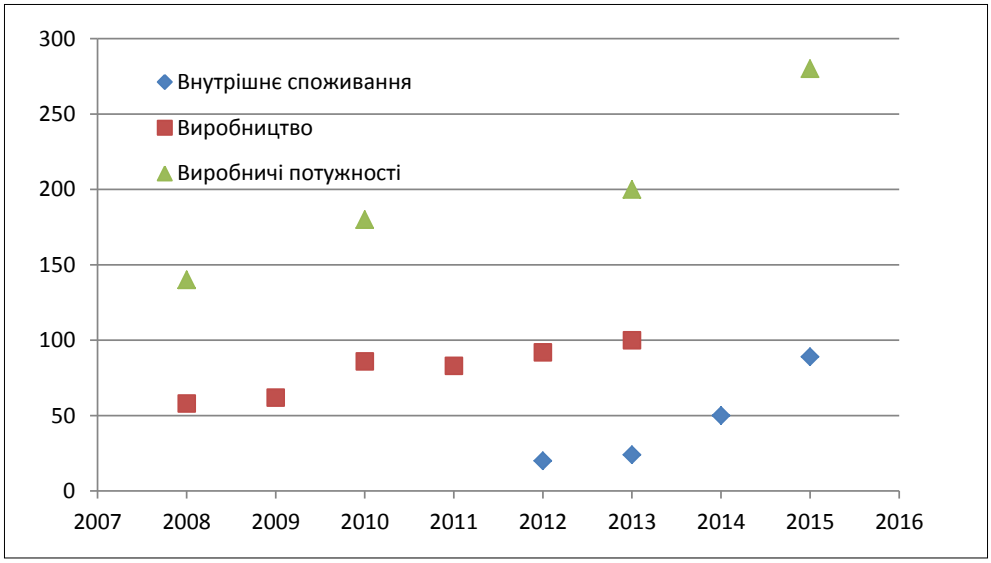


Рис. 2. Розвиток ринку деревних пелет у Словаччині, 2008-2015 рр.

Джерело: побудувала автор на основі [15; 18]

Чехії має низку подібних до інших східноєвропейських країн ознак. У 2004 році країна почала випускати невелику кількість гранул (11 тис. метричних тон), яка в 2007 році виросла до 60 тис. т. За словами фахівця, після 2007 року відбулося стрімке зростання виробництва всіх пелет в країні, а у 2015 році гранули ENplus досягли обсягу виробництва 232 тис. метричних тони (98% ENplus A1, 2% ENplus A2) [21]. Також в країні додатково виробляється несертифікована продукція (від 30 до 40 тис. метричних тон).

Чеська Республіка підтримує натепер близько 20 стабільних виробників, з яких лише 5 мають виробничі потужності понад 20 тис. т (такі фірми як Mayr-Melnhof, Stora Enso, Pfeifer і Biomac), 3 виробники працюють з обсягами від 50 до 80 тис. т на рік, а решта – від 5 до 10 тис. т щорічно. Гранули переважно виготовляються з чистої ялинової тирси без кори (80%), а решта – з суміші листяних порід, хвойних порід із корою і щепи. Найбільшими виробниками є целюлозно-паперові заводи, які безпосередньо примикають до лісопильних заводів. Інші виробники (10 заводів потужністю 5 тис. т) базують виробництво в полях, і тому змушені купувати сировину на відкритому ринку, що не дозволяє повною мірою контролювати її «чистоту».

З-поміж усіх 20 виробників 15 пелетних компаній у Чехії сертифіковані за стандартом ENplus. Примітно те, що Чехія виготовляє втричі більше пелет, аніж споживає (див. рис. 3). У 2014 році з 199 тис. т продукції 138 тис. т експортувалися в основному до Італії, Данії та Австрії. У 2014 році Чехія експортувала в Італію 56 815 т гранул на суму 15 млн. дол., а в 2015 році подвоїла експорт до Італії до 116 776 т на суму понад 25 млн. дол. [20]. Чехія є також імпортером пелет з інших країн, що дає змогу перекрити внутрішню потребу в цій продукції. Так, у 2014 році країна імпортувала 25 тис. т пелет, переважно з України та Білорусі.

У 2015 році споживання гранул становило близько 95 тис. т, що майже подвоїлося протягом 5 років із приблизно 50 тис. т, спожитих у 2010 році. Протягом 2010 року в країні було близько 10 000 котлів. Майже всі спожиті деревні гранули призначені для опалення. Дерев'яна щепа та агропелети використовуються у великих об'єктах, таких як ТЕЦ та централізоване теплопостачання. З боку держави є підтримка для тих домогосподарств, які використовують в опаленні гранули. Також діє знижена ставка ПДВ для виробників гранул та брикетів.

Експерти вважають, що найбільшим конкурентом на ринку енергоресурсів є вугілля, оскільки сьогодні воно на 30% дешевше, ніж гранули. Ціни різняться від сезону до сезону; влітку гранули можуть коштувати 190 євро/т з ПДВ, а взимку – до 230 євро/т з ПДВ.

Загалом ринок гранул Чехії зміцнюється за рахунок постачання імпортних пелет, проте внутрішній попит на дешеве вугілля та природний газ послаблюють позиції альтернативного палива.

Угорщина.

Угорщина займає особливе місце поряд з іншими країнами Східної Європи у використанні відновлюваних джерел енергії, таких як біомаса, відповідно до звіту про пелети, виданого Угорською асоціацією з біомаси. В основному тому,

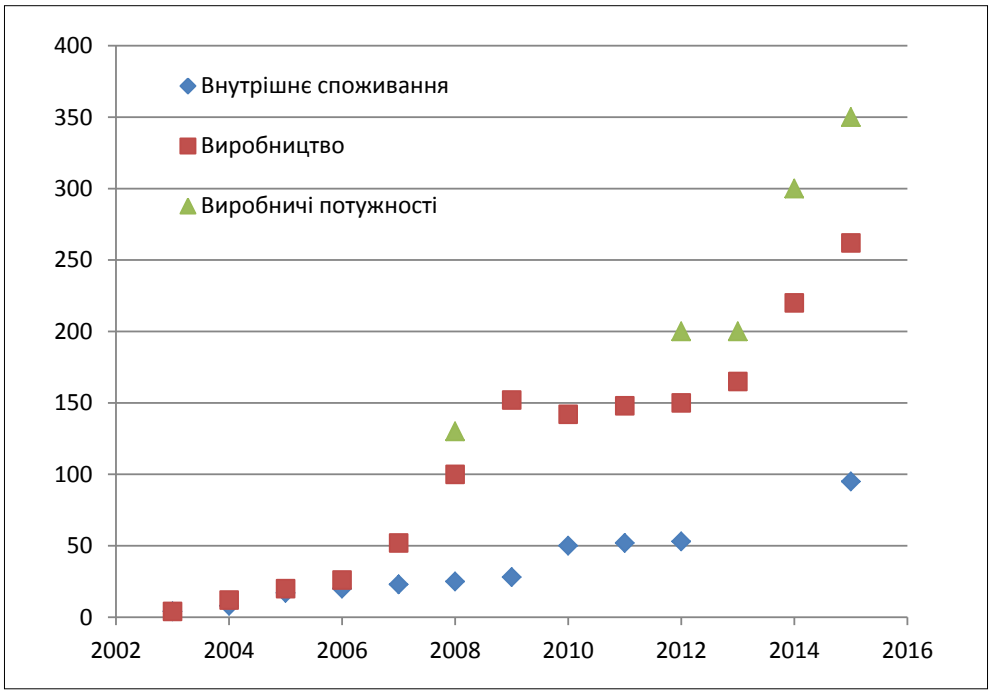


Рис. 3. Розвиток ринку деревних пелет у Чеській Республіці, 2003-2015 рр.

Джерело: побудувала автор на основі [15; 21]

що природний газ забезпечує більшу частину національного попиту на енергію. Тим не менше, ринок пелет Угорщини поступово збільшився з того часу, як він з'явився у 2008 році. У цьому році перші 6 заводів зробили початкові випробування і почали працювати винятково для експорту. У другій половині 2009 року кількість встановлених пелет і котлів збільшилася, що привело до початку функціонування внутрішнього ринку. До кінця 2011 року працювало 11 заводів з малими та середніми потужностями та 2 великих заводи (потужністю понад 30 тис. т на рік) загальною потужністю 126,5 тис. т на рік. Проте в цьому році було виготовлено лише близько 40 тис. метричних тон гранул. Сьогодні, згідно з статистичною доповіддю AEBIOM за 2016 р., видобуток гранул Угорщини досі становить менше ніж 100 тис. т на рік [22] (див. рис. 4). Зараз в Угорщині є три ENplus-сертифіковані виробники гранул: Hungarian Biomass Recycling Ltd., R.E. HEATING ZRT та Pellet International Kft.

Підприємства-виробники пелет часто розташовані біля наявної сировини, тобто біля лісу, але деякі виробники на південному сході Угорщини використовують сільськогосподарські побічні продукти як сировину для виробництва пелет. Деревні гранули є головним чином для експорту, а агропелети призначені для місцевого використання. Основними цільовими країнами для експорту угорських деревних гранул є Італія, Австрія, Словаччина та Польща. У 2015 році дані Comtrade ООН свідчать про те, що Угорщина експортувала в Італію 6189 т деревних гранул на суму 1,3 млн. дол. [15].

У 2010 році було витрачено близько 15 300 т гранул, з яких близько 5 тис. т припадає на імпорт. Гранули переважно імпортуються з України та Румунії. Також у 2010 році в країні було 300 житлових котлів (менше 50 кВт), 75 комерційних котлів (більше 50 кВт) та 2150 гранульованих печей. 85% встановлених приладів були гранульованими печами в 2010 році, тому пелети, як правило, продаються в мішках, що спрощує доставку та завантаження обладнання.

Як видно з рис. 4, ринок деревних гранул в Угорщині має тенденцію до згортання, оскільки виробничі потужності, що зазнали стрімкого розвитку в період 2008–2012 рр., не відповідали фактичному рівню виробництва пелет за збереження вкрай низького обсягу споживання в країні. Водночас обсяги міжнародної торгівлі пелетами в Угорщині засвідчили приріст зі збереженням активного сальдо в період 2011–2015 рр., що говорить про позиціонування країни радше як трейдера, аніж як виробника твердого біопалива.

Отже, на відміну від концентрованого ринку біоенергетики у кількох країнах-членах ЄС, виробництво пелет у країнах Вишеградської четвірки залишається на відповідному рівні та має національні особливості. Враховуючи те, що використання пелет для отримання теплової енергії досить поширене у всій Європі, виробники з блоку V4 вдало користуються цим попитом. Слід відзначити також і ту тенденцію, що невеликі експортно-орієнтовані підприємства з виробництва гранул в Центральній та Східній Європі поступово збільшують виробничі потужності у міру розвитку власних ринків.

Для більш наочного представлення динаміки виробництва та споживання деревних гранул в країнах Вишеградської четвірки можна звести дані (табл. 2). Таким чином, виконаний порівняльний аналіз особливостей національних ринків деревних пелет у країнах V4 дасть змогу наочно обґрунтувати ті зміни у підходах до стратегічного управління підприємствами, що відбу-

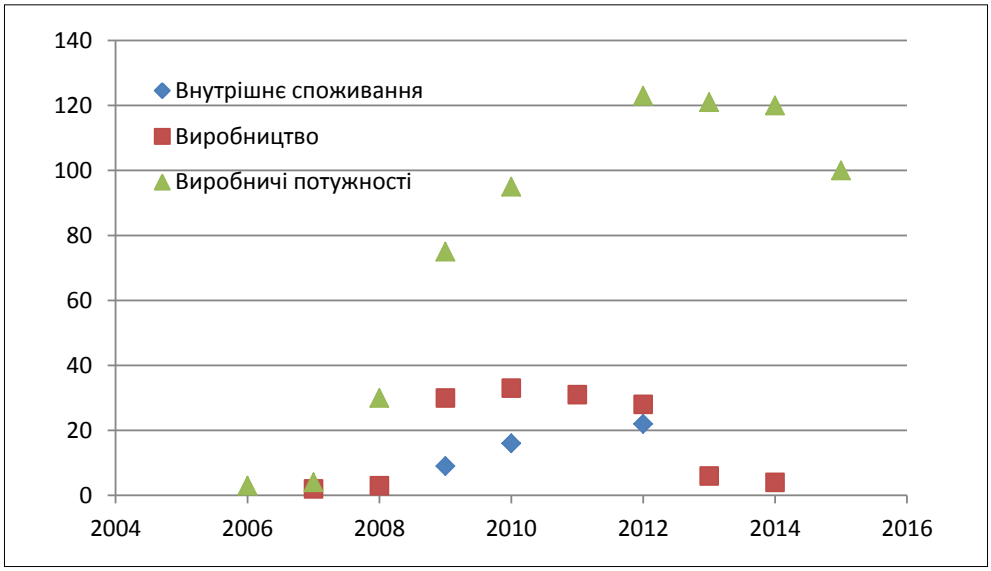


Рис. 4. Розвиток ринку деревних пелет в Угорщині, 2003–2015 рр.

Джерело: побудувала автор на основі [2; 10; 15]

Таблиця 2

Порівняльний аналіз виробництва деревних пелет підприємствами у країнах Вишеградської четвірки (V4)

Країни	Виробничі потужності, тис. т / рік	Кількість заводів-виробників / з них сертифіковано	Обсяг внутрішнього споживання, тис. т / рік	Експорт у	Імпорт з	Роки
Польща	670,0	20 / 9	120,0	Німеччина, Данія, Італія	Україна, Литва, Білорусь, Росія	2008
	1000,0	70 / 39	300,0			2015
Чехія	130,0	7 / -	25,0	Італія, Данія, Австрія	Україна, Білорусь	2008
	350,0	20 / 15	95,0			2015
Словаччина	80,0	8 / 1	50,0	Італія, Нідерланди, Словенія	Росія, Україна, країни Далекого Сходу	2012
	< 300,0	20 / 9	< 100,0			2015
Угорщина	15,0	6 / -	15,3	Італія, Австрія, Словаччина, Польща	Україна, Румунія	2010
	30,0	н.д.	н.д.			2012
	< 100,0	11 / 2	н.д.			2016

Джерело: побудовано автором на основі [7; 9; 11; 13; 14; 19; 20; 22]

лися у контексті необхідності дотримання постулатів концепції сталого розвитку.

Таким чином, аналіз цих ринків деревних гранул в країнах Вишеградської четвірки дає змогу засвідчити, з одного боку, динамічний розвиток виробничих потужностей у всіх країнах, а з другого боку – нерівномірний розвиток фактичного виробництва та кінцевого споживання пелет, що можна пояснити ступенем національної підтримки галузі та структури енергоспоживання в країнах.

Усі без винятку країни V4 є учасниками міжнародних торговельних потоків та більшу частину вироблених пелет експортують у сусідні країни.

Висновки. З огляду на вищевикладене, можна охарактеризувати галузь виробництва деревних пелет як таку, що динамічно зростала впродовж 2003–2009 рр., а в післякризовий період (починаючи з 2010 р.) зазнала стагнації. Національні ринки паливних гранул у країнах Вишеградської групи відрізняються обсягами, кількістю гравців та правилами. І хоча усі країни V4 є членами Європейського Союзу, на території якого діють єдині директиви та норми, кожна з цих країн Східної Європи має низку самостійних регулятивних норм, що впливають на кон'юнктуру ринку деревних пелет та визначають поведінку гравців на ньому.

Вплив національних урядових політик на зміну керівної парадигми підприємств-виробників паливних гранул потребує подальшого дослідження. Проте, вже здійснивши регіональний аналіз суб'єктів господарської діяльності, можна констатувати, що з огляду на необхідність дотримуватись цілей сталого розвитку, а також обов'язкову сертифікацію продукції, на ринку залишилися крупні виробництва, що забезпечують в основному потреби експорту. Для них притаманний корпоративний підхід до управління процесами, а налагоджені системи управління якістю мають тривалий період окупності. Більш дрібні виробництва, навпаки, як правило, не сертифіковані і виробляють продукцію (часто не гіршу за якістю) для потреб внутрішнього ринку. Отже, підхід до керування процесами на таких підприємствах виглядає більш спрощеним.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Carmin J. Enlarging EU environments: Central and Eastern Europe from transition to accession / J. Carmin, S.D. VanDeveer // Environmental Politics. 2004. Vol. 13.1, p.5.
2. Scrieciu S. The transformation of post-communist societies in Central and Eastern Europe and the Former Soviet Union: an economic and ecological sustainability perspective / S. Scrieciu, L. Stringer // European Environment. 2008. Vol. 18, p. 87–89.
3. International Energy Charter. URL: http://www.energycharter.org/who-we-are/members-observers/
4. Гуз А. Енергетична хартія: що варто знати? / Анна Гуз. Національний екологічний центр України. URL: http://necu.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Energetychna-khartia.pdf
5. Negacz K. Visegrad group sustainable development – learning from the past, looking to the future / Katarzyna Negacz. – Warsaw School of Economics. URL: http://www.josai.ac.jp/jices/common/pdf/10.pdf
6. How to get the Visegrad Group to sign up to the EU's Clean Energy Package. URL: http://energypost.eu/how-to-get-the-visegrad-group-to-sign-up-to-the-eus-clean-energy-package/
7. Central and Eastern Europe in Focus. URL: https://www.e3g.org/showcase/central-and-eastern-europe-in-focus
8. World Economic Forum. URL: http://www.weforum.org/content/pages/sustainablecompetitiveness/

9. 2016 Top Markets Report Renewable Fuels : Sector Snapshot. URL: https://www.trade.gov/topmarkets/pdf/renewable_fuels_biomass_wood_pellets.pdf
10. The European Bioenergy Association. URL: http://www.aebiom.org/statistical-report-2017/statistical-report-2017-17-10-17/
11. Global Trade Atlas 2016. URL: https://ihsmarkit.com/products/maritime-global-trade-atlas.html
12. Країни-імпортери деревних пелет з України. URL: http://pellets.com.ua
13. Global Wood Pellet Industry and Trade Study 2017. IEA Bioenergy: June 2017, Task 40, P.48–52, 81–85, 104–110, 125–128.
14. Global Wood Pellets Markets and Industry: Policy Drivers, Market Status and Raw Material Potential. – IEA Bioenergy: November 2007, Task 40, P. 26–29, 59–65.
15. UN Comprade Database. URL: https://comtrade.un.org/
16. Bastian M. Pellet market country report: POLAND (2009) / M. Bastian, E. Wach. Baltic Energy Conservation Agency, 2010.
17. FOPORA Biomass To Masses. South East Europe Transnational Cooperation Programme. URL: http://www.southeast-europe.net/en/projects/approved_projects/?id=182
18. Oravec, M. Regional profile of the biomass sector in Slovakia (Country Report) / M. Oravec, M. Slamka. Foropa, 2013, p. 23–27.
19. Eastern Europe Exporters. URL: http://biomassmagazine.com/articles/14090/eastern-europe-exporters
20. Eurostat, 2016. Forestry statistics in detail – Statistics Explained. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Forestry_statistics_in_detail
21. Krejzar T. Information on Forests and Forestery in the Czech Republic by 2015 / T. Krejzar. Ministry of Agriculture of the Czech Republic, Czech Republic: 2016.
22. European Bioenergy Outlook 2013. European Biomass Association (AEBIOM). URL: http://www.aebiom.org/2013-european-bioenergy-outlook-aebiom-statistical-report/

УДК 336.64

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ

INVESTMENT POTENTIAL OF A COMPANY DEVELOPMENT: PRACTICAL ASPECTS OF ANALYSIS AND STRATEGY REASONING

Горін У.З.
студентка,
Національний університет «Львівська політехніка»

Гальків Л.І.
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту організацій,
Національний університет «Львівська політехніка»

За даними ПрАТ НВО «Термоприлад» визначено коефіцієнт стійкості інвестиційного потенціалу. Здійснено факторний аналіз коефіцієнта стійкості інвестиційного потенціалу. Визначено інтегральні фінансово-інвестиційні показники підприємства. Розраховано інтегральний показник інвестиційної привабливості. Визначено матрицю стратегії забезпечення інвестиційного потенціалу підприємства у 2014–2016 рр.
Ключові слова: *інвестиційний потенціал, інвестиційна привабливість, факторний аналіз, інтегральне оцінювання, стратегія.*

По данным ЗАО НПО «Термоприбор» определен коэффициент устойчивости инвестиционного потенциала. Проведен факторный анализ коэффициента устойчивости инвестиционного потенциала. Определены интегральные финансово-инвестиционные показатели предприятия. Рассчитан интегральный показатель инвестиционной привлекательности. Определена матрица стратегии обеспечения инвестиционного потенциала предприятия в 2014–2016 гг.
Ключевые слова: *инвестиционный потенциал, инвестиционная привлекательность, факторный анализ, интегральные оценки, стратегия.*

According to the "Research and Production Association "Termoprylad" Private Joint-Stock Company invented investment potential persistence coefficient and proceeded factorial analysis of investment potential persistence coefficient. Integral financial and investment indicators of the company have been evaluated. Integral index of investment attractiveness has been calculated. Matrix of strategy of investment potential of the company for 2014–2016 has been defined.
Key words: *investment potential, investment attractiveness, factorial analysis, integral assessment, strategy.*

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування підприємств у турбулентному середовищі одним із пріоритетів забезпечення їх ефективного розвитку визначають активізацію інвестиційної діяльності. Ключова роль при цьому відводиться інвестиційній привабливості, оскільки вона іманентно перебуває у центрі уваги потенційних інвесторів. Вади інвестиційної стратегії підприємств приводять до значних розривів у співвідношенні їх власного капіталу і необоротних активів, зростання заборгованості. Це спричиняє дефіцит їхніх власних оборотних активів і вимагає залучення додаткових джерел фінансування. Зважаючи на це, все більшої актуальності набувають питання, пов'язані із практичними аспектами оцінювання стратегії інвестиційної привабливості господарюючих суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне підґрунтя оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства закладено у працях Т. Майорової [1], Л. Маматової [2], Л. Бушовської [3], Л. Гальків [4]. Практику оцінювання інвестиційної привабливості на прикладі будівельного підприємства у 2010–2012 рр. розглядали О. Іванілов, А. Перетятько, К. Малишева [5]. Проте практичні аспекти інвестиційної діяльності приладобудівного підприємства вимагають подальших наукових досліджень.

Метою статті є оцінювання інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості підприємства.

Виклад основного матеріалу. Для реалізації інвестиційних проектів стратегічного характеру та визначення шляхів ефективізації інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів

необхідно провести її загальне оцінювання. Оскільки інвестиційна діяльність – це складний, багатогранний процес, то для її оцінювання передбачається використання різновекторних параметрів. Одним із напрямів є дослідження інвестиційного потенціалу.

Аналітичну частину дослідження виконано за даними ПрАТ НВО «Термоприлад». Основним напрямом його діяльності є виробництво приладів для вимірювання температури від мінус 271 °С до плюс 4000 °С. Серед продукції підприємства є категорія вимірювальної техніки для метрологічних цілей: високоточні термостати, цифрові омметри, мілівольтметри, міліамперметри, а також термометри, у т. ч. переносні, багатоканальні та підвищеної точності.

Як відомо, коефіцієнт стійкості інвестиційного потенціалу ($К_{ін}$) визначається відношенням суми чистого прибутку, що спрямовується на накопичення, до суми власного капіталу. Для проведення факторного аналізу цього коефіцієнта використано модель Дюпона. За її допомогою оцінено вплив семи якісних показників-факторів (коефіцієнта залежності; частки дебіторської заборгованості в капіталі підприємства; співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованостей; коефіцієнта поточної ліквідності; коефіцієнта забезпеченості власним капіталом; рентабельності продажів; коефіцієнта оборотності власного капіталу) на коефіцієнт стійкості інвестиційного потенціалу у формі мультиплікативної залежності:

$$\frac{ЧП}{ВК} = \frac{ВБ}{ВК} \times \frac{ДЗ}{ВБ} \times \frac{КЗ}{ДЗ} \times \frac{ПЗ}{КЗ} \times \frac{ВК}{ПЗ} \times \frac{ЧП}{ЧР} \times \frac{ЧР}{ВК}, \quad (1)$$

де ЧП – чистий прибуток; ВК – власний капітал; ВБ – валюта балансу; КЗ – кредиторська заборгованість; ДЗ – дебіторська заборгованість; ПЗ – поточні зобов’язання; ЧР – чиста реалізація.

Вихідні дані для розрахунку коефіцієнта стійкості інвестиційного потенціалу та його значення наведено у табл. 1.

Як видно з табл. 1, значення коефіцієнта стійкості інвестиційного потенціалу у 2016 р. є нижчим порівняно з 2014 р. і з 2015 р. Це свідчить про негативну тенденцію в інвестиційному аспекті, а саме про неефективне вкладення власного капіталу у діяльність підприємства.

Результати оцінювання впливу обраних факторів на коефіцієнт стійкості інвестиційного потенціалу за методом ланцюгових підстановок представлено у табл. 2.

Систематизовані у табл. 2 дані показують, що найбільший позитивний впив на значення коефіцієнта стійкості інвестиційного потенціалу підприємства протягом 2014–2015 рр. мала рентабельність продажів (+45,6 в.п.) на тлі негативного впливу трьох факторів ($К_1$; $К_3$; $К_7$). У 2016 р. дія цих трьох факторів і надалі залишається негативною. Натомість рентабельність продажів, лідируючи за розміром впливу (–56,4 в.п.), напрям дії змінює на протилежний. Тому у 2016 р. серед факторів, що забезпечували збільшення коефіцієнта стійкості інвестиційної потенціалу, домінує коефіцієнт забезпечення власним капіталом. Зважаючи на нестабільну ситуацію упродовж досліджуваного періоду, на нашу думку, підприємству варто активно займатися формуванням ефективної інвестиційної стратегії, щоб уникнути негативних наслідків у майбутньому. Якщо припустити, що надалі продовжуватиметься негативні зміни, власний капітал і чистий прибуток зменшуватимуться і ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» не може збільшити норму нагромадження шляхом підвищення ефективності продажів, то в цьому разі йому доцільно вдатися до випуску акцій.

Таким чином, після аналізування засобів забезпечення і факторів впливу на інвестиційну стратегію ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» можна дійти висновку про погіршення діяльності ПрАТ «НВО «Термоприлад» на кінець аналізованого періоду. На це вказує зменшення чистого прибутку у 2016 р. порівняно з попереднім роком на 98,38%, негативна тенденція показників рентабельності. Прибуток 2015 р. пов’язаний насамперед зі вдалою співпрацею зі Словаччиною.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку та значення коефіцієнта стійкості інвестиційного потенціалу ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» за 2014–2016 рр.

Показники	Умовні позначення	Роки		
		2014	2015	2016
Коефіцієнт залежності	$К_1$	1,3184	1,1567	1,0607
Частка дебіторської заборгованості в капіталі	$К_2$	0,1477	0,2241	0,2308
Співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованостей	$К_3$	1,5618	0,5069	0,1683
Коефіцієнт поточної ліквідності	$К_4$	1,0000	1,0000	1,7194
Коефіцієнт забезпеченості власним капіталом	$К_5$	3,1409	6,3797	9,5757
Рентабельність продажів	$К_6$	0,1009	0,3582	0,0091
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$К_7$	1,7734	1,6138	1,1585
Коефіцієнт інвестиційного потенціалу	$К_{ін}$	0,1790	0,5781	0,0105

На основі аналізу наукової літератури запропоновано матрицю стратегії забезпечення інвестиційного розвитку підприємства (рис. 2).

Процес вибору стратегій для забезпечення інвестиційного потенціалу підприємства представлено в табл. 3.

Система матриці вибору стратегій для забезпечення інвестиційного потенціалу підприємства (табл. 3) дає змогу формувати функціональну стратегію, вибір варіантів її видів може здійснюватися тільки за запропонованими параметрами матриці. Побудову матриці стратегічного вибору інвестиційної стратегії доцільно здійснювати на основі комбінування таких основних факторів, як:

1) показники рентабельності;
2) показники ділової активності;
3) показники платоспроможності;
4) показники ліквідності
5) показники майнового стану.

Далі розраховано інтегральні показники за групами основних факторів і на їх основі визначено інтегральний показник інвестиційного потенціалу. Зважаючи на те, що показники, що входять до кожної з аналітичних груп, є практично рівнозначними між собою, доцільно інтегрувати локальні показники фінансового стану за методом сум. Якщо відношення до нормативного значення більше одиниці, то вважається, що воно їй дорівнює як максимальній величині.

Фінансово-інвестиційна стійкість	Інтегрований коефіцієнт інвестиційного потенціалу			
	Відмінно	Добре	Задовільно	Незадовільно
Висока	1	3	8	10
Середня	2	4	9	14
Низька	5	7	12	15
Нульова	6	11	13	16

Рис. 2. Матриця стратегії для забезпечення інвестиційного потенціалу підприємства

Таблиця 2

Розрахунок впливу факторів на коефіцієнт стійкості інвестиційного потенціалу ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» за 2014–2016 рр.

2014–2015 рр.								
Позначення	**Значення факторів у методі ланцюгових підстановок**							**Розмір впливу**
	K1	**K2**	**K3**	**K4**	**K5**	**K6**	**K7**	
$\Delta K_{in}(K_1)$	–0,1616	0,1477	1,6346	1,0000	3,1409	0,1009	1,7734	–0,0219
$\Delta K_{in}(K_2)$	1,1567	0,0764	1,6346	1,0000	3,1409	0,1009	1,7734	0,0812
$\Delta K_{in}(K_3)$	1,1567	0,2241	–1,0299	1,0000	3,1409	0,1009	1,7734	–0,1501
$\Delta K_{in}(K_4)$	1,1567	0,2241	0,6047	0,0000	3,1409	0,1009	1,7734	0,0000
$\Delta K_{in}(K_5)$	1,1567	0,2241	0,6047	1,0000	3,2388	0,1009	1,7734	0,0909
$\Delta K_{in}(K_6)$	1,1567	0,2241	0,6047	1,0000	6,3797	0,2573	1,7734	0,4563
$\Delta K_{in}(K_7)$	1,1567	0,2241	0,6047	1,0000	6,3797	0,3582	–0,1596	–0,0572
$\Delta K_{in} = 0,3991$								
2015–2016 рр.								
$\Delta K_{in}(K_1)$	–0,0960	0,2241	0,6047	1,0000	6,3797	0,3582	1,6138	–0,0480
$\Delta K_{in}(K_2)$	1,0607	0,0067	0,6047	1,0000	6,3797	0,3582	1,6138	0,0159
$\Delta K_{in}(K_3)$	1,0607	0,2308	–0,3566	1,0000	6,3797	0,3582	1,6138	–0,3220
$\Delta K_{in}(K_4)$	1,0607	0,2308	0,2481	0,7194	6,3797	0,3582	1,6138	0,1612
$\Delta K_{in}(K_5)$	1,0607	0,2308	0,2481	1,7194	3,1961	0,3582	1,6138	0,1930
$\Delta K_{in}(K_6)$	1,0607	0,2308	0,2481	1,7194	9,5757	–0,3492	1,6138	–0,5635
$\Delta K_{in}(K_7)$	1,0607	0,2308	0,2481	1,7194	9,5757	0,0091	–0,4553	–0,0041
$\Delta K_{in} = -0,5676$								

Таблиця 3

Процес вибору стратегій для забезпечення інвестиційного потенціалу ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха»

Інвестиційна ситуація (елемент матриці)	**Інвестиційна діяльність**	**Тип ризику**	**Інвестиційна стратегія**
1, 2, 3, 4	Активна	мінімальний ризик	зростання
5, 6, 7, 8, 9, 10	Уповільнена	помірний	стабілізації
11, 12, 13, 14, 15, 16	Заморожена	високий	скорочення

Стандартизовані значення коефіцієнтів фінансово-інвестиційних індексів наведено в табл. 4.

На другому етапі виконано розрахунок інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства за дещо модифікованим методом сум. Інтегральні показники рентабельності, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, майнового стану не є рівнозначними між собою, тому ІІП шукатимемо за такою формулою:

$$\text{ІПП} = \sum_{i=1}^{n} w_i \frac{I_i^{фак}}{I_i^{норм}} \qquad (2)$$

при $\sum_{i=1}^{n} w_i = 1$, $i \in [1;n]$,

де w_i – рівень вагомості інтегрального показника рентабельності, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, майнового стану; $I_i^{фак}$ – фактичне значення інтегрального показника рентабельності, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, майнового стану; $I_i^{норм}$ – нормативне значення інтегрального показника рентабельності, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, майнового стану.

Очевидно, що нормативне значення для інтегрального показника рентабельності – 5; ліквідності – 4; платоспроможності – 4; ділової активності – 8 та майнового положення – 3.

Розрахунок інтегральних показників відносно нормативних значень для оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «НВО «Термоприлад» за 2014–2016 рр. наведено в табл. 5.

Залежно від нормативних значень і відхилень від нормативних значень розглянутих показників складена таблиця результатів впливу показників на фінансово-інвестиційний потенціал (табл. 6).

Якщо у 2014 р. інтегральний інвестиційний показник знаходився в діапазоні задовільного стану і в ситуації низької фінансової стійкості, то у 2015 р. його значення перебуває в межі доброго стану. У 2016 р. ситуація погіршилася до задовільного стану. Це свідчить про те, що підприємство функціонує на середньому рівні, спостерігається висока фінансова стійкість, зростання оборотності активів, виручка збільшується, але збільшилися витрати. У 2016 р.

Таблиця 4

Стандартизовані значення коефіцієнтів фінансово-інвестиційних індексів ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» за 2014–2016 рр.

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
Показники рентабельності			
Рентабельність активів	0,272	1,000	0,020
Рентабельність інвестицій	0,310	1,000	0,018
Рентабельність виробництва продукції	0,201	1,000	0,016
Рентабельність власного капіталу	0,310	1,000	0,018
Рентабельність реалізованої продукції	0,282	1,000	0,025
Показники ліквідності			
Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	1,000	1,000	1,000
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,937	1,000	1,000
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,000	1,000	1,000
Показники платоспроможності			
Коефіцієнт автономії	0,805	0,917	1,000
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,589	1,000	0,968
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,669	0,903	1,000
Коефіцієнт фінансової залежності	0,659	0,578	0,530
Показники ділової активності			
Коефіцієнт оборотності	1,000	0,824	0,737
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,292	0,540	1,000
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,000	0,684	0,520
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,000	0,910	0,653
Коефіцієнт оборотності запасів	1,000	0,771	0,930
Середня тривалість обороту кредиторської заборгованості, днів	0,292	0,540	1,000
Середня тривалість обороту дебіторської заборгованості, днів	1,000	0,684	0,520
Показники майнового стану			
Коефіцієнт зношення	0,898	0,914	0,940
Коефіцієнт фондовіддачі	0,544	1,000	0,565
Коефіцієнт фондоозброєності	0,740	0,840	1,000

скорочується обсяг продажів, але при цьому собівартість залишається на високому рівні.

Критерій оцінки стратегії визначається залежно від того, з якою ефективністю і якою мірою досягнуто поставлену перед підприємством мету. Виходячи з аналізу діяльності досліджуваного підприємства і на основі опрацювання робіт науковців щодо оцінювання стратегій, на рис. 3. запропоновано матрицю стратегії забезпечення інвестиційного потенціалу ПрАТ «НВО «Термоприлад».

У 2016 р. спостерігається уповільнена інвестиційна стратегія стабілізації, а у 2014 р. – стратегія скорочення. Загалом це говорить про те, що інвестиційна діяльність підприємства не є стабільною. У 2014 р. були застосовні стратегії замороження, які характеризуються високим ризиком. Якщо інвестиційна діяльність заморожена, то підприємству варто вдатися до якіснішого управління дебіторською заборгованістю, стратегії захисту від фінансових ризиків. У 2015 р. для підприємства притаманна стратегія зростання. Характерною ознакою такої стратегії є позиція лідерства підприємства з погляду розвитку інновацій на визначеному сегменті ринку. Застосування такої стратегії потребує інтенсивних НДДКР, крім того, вона орієнтована на маркетинг, стратегію придбання і вимагає залучення додаткових засобів і ресурсів, спрямованих на суттєве покращення фінансової, виробничої і господарської діяльності підприємства. Такі стратегії розробляють підприємства, що мають досить високий фінансовий потенціал і кваліфікований склад науково-технічного персоналу. Але у 2016 р. відбулося зниження рентабельності ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха». У цьому разі варто вдатися до стратегії стабілізації з помірними рівнем ризику, що забезпечує оптимізацію необхідних параметрів, яка підпорядкована цілям прискорення економічного зростання підприємства. Зважаючи на ситуацію, варто вибрати стратегію, яка спрямована на посилення слабких позицій, пошук сфер, де можливо знайти лідируючі позиції, зміцнення конкурентних переваг. Використовуючи стратегію захисту частки ринку, яку займає підприємство, варто організувати господарську діяльність таким чином, щоб збільшити цю частку, зокрема завдяки впровадженню різноманітних форм інновацій, технологічного лідерства.

Інвестиційна стійкість	Інтегральний коефіцієнт інвестиційного потенціалу			
	Відмінно	Добре	Задовільно	Незадовільно
Висока		$ІІП_{2015}$	$ІІП_{2016}$	
Середня				
Низька			$ІІП_{2014}$	
Нульова				

Рис. 3. Матриця стратегії забезпечення інвестиційного потенціалу ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» за 2014–2016 рр.

Таблиця 5

Інтегральні показники для оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «НВО «Термоприлад» за 2014–2016 рр.

Показник	Роки			Вагомість w_i
	2014	2015	2016	
Інтегральний показник рентабельності	0,275	1,000	0,020	0,24
Інтегральний показник ліквідності	0,979	1,000	1,000	0,18
Інтегральний показник платоспроможності	0,680	0,850	0,875	0,18
Інтегральний показник ділової активності	0,698	0,619	0,670	0,20
Інтегральний показник майнового стану	0,727	0,918	0,835	0,20
Інтегральний інвестиційний показник	0,650	0,880	0,643	1,00

Таблиця 6

Матриця нормативно-індикативних значень інтегральних фінансово-інвестиційних показників підприємства

Показник	Відмінно	Добре	Задовільно	Незадовільно
Інтегральний показник рентабельності	1	0,75–1,00	0,25–0,75	<0,25
Інтегральний показник ліквідності	1	0,60–1,00	0,20–0,60	<0,20
Інтегральний показник платоспроможності	1	0,60–1,00	0,20–0,60	<0,20
Інтегральний показник ділової активності	1	0,70–1,00	0,20–0,70	<0,20
Інтегральний показник майнового стану	1	0,75–1,00	0,30–0,75	<0,30
Інтегральний інвестиційний показник	1	0,68–1,00	0,23–0,68	<0,23

Висновки. Факторний аналіз показав негативний вплив рентабельності продажів ПрАТ «НВО «Термоприлад» ім. В. Лаха» на коефіцієнт інвестиційного потенціалу. Насамперед це зв'язано зі збільшенням відсотка собівартості порівняно з доходом. З огляду на умови розвитку й інвестиційну стратегію ПрАТ «НВО «Термоприлад», доцільним є подальше інвестування в основні засоби, технологію. Головне завдання інвестиційної діяльності досліджуваного підприємства на перспективу має полягати в посиленні конкурентних переваг, заснованих на інноваціях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність [навчальний посібник] / Майорова Т.В. К. : «Центр навчальної літератури». 2006. –376 с.
2. Маматова Л.Ш. Формування матриці стратегій забезпечення фінансово-інвестиційного потенціалу промислових підприємств / Л.Ш. Маматова // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. 2016. Вип. 31(1). С. 304–314.
3. Бушовська Л. Б. Управління інвестиційною діяльність машинобудівних підприємств : дис. канд. ек. наук : 08.00.04 / Л.Б. Бушовська. Хмельницький, 2016. 246 с.
4. Гальків Л.І. Формування інвестиційної стратегії як фактор розвитку приладобудівного підприємства / Л.І. Гальків, У.З. Горін // Розвиток підприємництва, бухгалтерського обліку та фінансів в умовах інтеграційних процесів: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 10–11 листопада 2017 р.). К.: ГО «Київський економічний науковий центр», 2017. Ч. 1. С. 36–40.
5. Іванілов О.С. Оцінка інвестиційної привабливості будівельного підприємства / О.С. Іванілов, А.Ю. Перетятько, К.Е. Малишева // Науковий вісник будівництва. 2014. № 2. С. 206–209.

УДК 658,8:005

ВПРОВАДЖЕННЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

INTRODUCTION OF BRAND – MANAGEMENT IN MANAGEMENT ACTIVITY DOMESTIC ENTERPRISES

Гуляс Я.Ю.
студент,
Індустріальний інститут
Донецького національного технічного університету

У статті розглядаються питання впливу бренд-менеджменту на діяльність вітчизняних підприємств, на підвищення їхньої конкурентоздатності. Аналізуються стратегії просування відомих брендів у сучасних умовах на прикладі товарів компанії Black Star. Досліджуються сильні і слабкі сторони бренду, його позиціонування на ринку, особливості сприйняття споживчого попиту. Пропонуються способи поліпшення роботи компанії. Розроблено пропозиції щодо запровадження бренд-менеджменту на українських підприємствах.

Ключові слова: *бренд, бренд-менеджмент, стратегія просування продукту, споживчий ринок, Black Star, конкурентоздатність, підприємницька діяльність, музичний лейбл, контент, маркетинг, брендинг, інструменти управління.*

В статье рассматриваются вопросы влияния бренд-менеджмента на деятельность отечественных предприятий, повышение их конкурентоспособности. Анализируются стратегии продвижения известных брендов в современных условиях на примере товаров компании Black Star. Исследуются сильные и слабые стороны бренда, его позиционирование на рынке, особенности восприятия потребительского спроса. Предлагаются способы улучшения работы компании. Разработаны предложения по внедрению бренд-менеджмента на украинских предприятиях.

Ключевые слова: *бренд, бренд-менеджмент, стратегия продвижения продукта, потребительский рынок, Black Star, конкурентоспособность, предпринимательская деятельность, музыкальный лейбл, контент, маркетинг, брендинг, инструменты управления.*

The article considers with the issues of the influence of brand management on the activity of domestic enterprises, on increasing their competitiveness. The strategies of promotion of well-known brands in modern conditions on the example of Black Star products are analyzed. Are being researched strengths and weaknesses of the brand, its positioning on the market, especially the perception of consumer demand. Suggested ways to improve company performance. Proposals on the introduction of brand management at Ukrainian enterprises have been developed.

Key words: *Brand, brand – management, product promotion strategy, consumer market, Black Star, competitiveness, business, music label, content, marketing, branding, management tools.*

Постановка проблеми. Процес упровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність вітчизняних підприємств з урахуванням того, що в сучасному конкурентному середовищі триває боротьба брендів, а не товарів, за їхнє місце у свідомості споживачів, відбувається доволі повільно. Сучасне насичення вітчизняних ринків товарами, посилення конкуренції, перспективи розвитку підприємств у системі господарських зв'язків, вихід українських економічних суб'єктів на світові ринки зумовлюють необхідність використання концептуально нових елементів управління стратегічним розвитком підприємства. Питання брендингу є досить актуальними сьогодні, з огляду на стан українського ринку, на якому велику конкуренцію становлять світові бренди. Вони ускладнюють можливості для розвитку вітчизняних. Тому для українських брендів в найближчі роки дуже важливо проявляти підвищену пильність і прагнути до цілісного розвитку, акцентуючи увагу на встановлення довгострокових відносин зі споживачами, а не на тактичних перемогах. Сьогодні бренд-менеджмент в Україні розвинуто недостатньо, вітчизняні підприємства не приділяють належної уваги важливості бренду. Тому необхідно розглянути шляхи розвитку успішних брендів, а також дослідити особливості запровадження брендингу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує багатий досвід перемог і невдач у сфері брендингу. Розвиток цієї сфери не стоїть на

місці – інструменти управління брендом еволюціонують, методики прогресують, досягнення ростуть. Один із провідних теоретиків маркетингу, основоположник теорії чотиривимірного брендингу Томас Гед дав таке визначення: «Бренд – код диференціації компанії». За його словами, в століття одноманітності править відмінність [1, с. 3]. Проблемам вивчення брендів присвячено значну кількість досліджень. Внесок у формування наукового уявлення про цей інструмент підприємницької діяльності та його роль в економіці внесли такі зарубіжні та вітчизняні дослідники, як Девід Аакер, Скотт Девіс, Ел Райз, Джек Траут, Леслі де Чернатоні, Малькольм МакДональд, Генрі Чармессон, Айєн Еллвуд, Кевін Лейн Келлер, Андрій Длігач, Оксана Ярмак, Світлана Москалюк та інші. За даними досліджень споживачів ринків трьох розвинутих країн (США, Великобританії та Японії) та близько двадцяти країн, що розвиваються, серед яких і Україна, проведених компанією Synovate, покупці на ще не сформованих ринках схильні вважати, що продукція глобальних брендів характеризується вищою якістю, ніж товари місцевих виробників. Однак основний висновок цього дослідження полягає в тому, що національні марки зможуть завоювати довіру покупців, якщо підвищать якість виробництва та маркетингову майстерність. Спираючись на праці вищезгаданих та інших фахівців у сфері бренд-менеджменту, можна говорити, що стратегія бренда як кінцевий результат брендингу на підприємстві повинна відображати плани на майбутнє і корпоративну філософію організації. Вплив бренда на бізнес-стратегію організації в перспективі стане основною детермінантою досліджень у сфері бренд-менеджменту [2, с. 3].

Постановка завдання. Метою статті є розгляд впливу бренда у сучасних умовах на діяльність вітчизняних підприємствах, на підвищення їхньої конкурентоспроможності; аналіз роботи компанії Black Star для визначення сильних та слабких позицій бренда, а також розгляд позиціонування бренда компанії на ринку. Основною метою дослідження є розроблення пропозицій щодо впровадження брендингу на українських підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні бренд – це не просто впізнаваність товарів, вироблених фірмою, а й внутрішній зміст, система цінностей, що утворюють імідж підприємства. Це послуги, сервіси та емоційна віддача, тобто нематеріальні якості, які отримує споживач під час взаємодії з товарами і послугами. Такі емоційні прив'язки наповнюють бренди могутністю. Підприємства насамперед зосереджені на вирішенні проблем стратегічного розвитку, пов’язаних з ефективним використанням матеріальних активів, а формування потенціалу стратегічного розвитку за рахунок бренда як нематеріального активу підприємства залишається поза їхньою увагою. Те, що сьогодні маркетологи називають українськими брендами, часть ще не бренди. І у майбутньому це може привести до ослаблення найвідоміших сьогодні українських торгових марок. Однією з головних проблем, яка стане серйозною перешкодою на шляху до формування здорових українських брендів, є мінливість і непослідовність комунікації. Умови жорсткої конкуренції змушують підприємців розробляти, освоювати і застосовувати різноманітні інструменти, що дають змогу отримати шанс у боротьбі за споживача. Наявність у підприємства унікальних активів і переваг, розвиненого менеджменту сприяє зміцненню позицій на ринку. Одним із таких активів підприємства є бренд.

Бренд визначено The American Marketing Association як символ, знак, термін, дизайн або ім'я, призначенням яких є ідентифікація товару або послуг як групи продавців, так і одного продавця, а також формування відмінності продуктів виробництва від аналогів інших виробників [3, с. 4]. Дуже часто управління брендом прирівнюється до управління комунікаціями. Проте бренди створюються за допомогою інновацій і процвітають за наявності безперервного потоку інновацій. Це пояснюється тим, що нововведення викликають тимчасову конкурентну перевагу. Вони викликають у споживачів відчуття, що бренд дійсно є лідером і спрямований на задоволення потреб споживачів.

Необхідність брендів виникає у конкретний історичний період. Якщо згадати попередні десять років вітчизняного бізнесу, то на зорі його становлення, у період суцільного дефіциту, важливо було швидко і багато продавати. Коли таких продавців стало багато, виникла необхідність в умінні переконати клієнта в тому, що ти – кращий. Виходить, у фірми повинна з'явитися деяка індивідуальність, і тут проблема цінності вітчизняних брендів почала підніматися на належний рівень. Індивідуальність бренду – це, фактично, його «душа», поняття, схоже до класичного визначення слов'янського характеру, дія на підсвідомих, емоційних мотивах, обіцянка, престижність, щось цінне і близьке до нашого менталітету.

Якщо впровадження бренду відбувається в компанії, що створюється з нуля, то потрібно все прописати в статуті і контролювати виконання. Якщо ж такий процес запланований в компанії, яка давно працює на ринку, то потрібен тривалий перехід. Тому перше питання, яке задає грамотний фахівець із брендінгу, – навіщо вам це потрібно і чи потрібно взагалі. Консультант повинен довести компанії необхідність змін, і якщо її немає, переконати клієнта в тому, що йому це не потрібно.

Експансія світових брендів в Україні (дуже швидка й успішна) ще раз підтверджує це. Більшість вітчизняних підприємців вважають за краще купити готовий бренд, аніж розкручувати вже наявний, але слабкий бренд, який вичерпав себе. Сьогодні в Україні розкручувати бренд

стає все дорожче і важче, та й займає цей процес близько трьох років (до середнього рівня визнання бренду), що є небезпечним у сучасних умовах господарювання. Цим і пояснюється бажання купити готовий розкручений бренд, оскільки це, як правило, мінімізує ризики. Для формування вітчизняними виробниками власних брендів необхідні великі зусилля і засоби, щоб «перехопити ініціативу» у закордонних конкурентів, що давно почали захоплення ринків України. Використання західних технологій брендингу і пропонованої методології передбачає проведення постійних маркетингових досліджень купівельних переваг, мотивів здійснення покупок. Саме специфіка купівельної поведінки українців визначає особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку.

Для споживача в багатьох сегментах ринку широкий асортимент вже не є конкурентною відмінністю або важливою перевагою марки. Асортимент повинен бути зумовлений широтою. Причому за кожним нововведенням в асортименті повинна бути комунікація, яка допомагає споживачам побачити сенс такого нововведення і прийняти його. Без такої комунікації розширення асортименту дуже рідко дозволяє бренду закріпитися в серцях споживачів. Однією з основних проблем створення вітчизняних брендів в Україні є значна конкуренція з світовими товарними марками, які зараз займають значну частину нашого ринку. Проте українські підприємства, спрямовуючи свою діяльність на розширення знань про бренд і використання креативних підходів у комунікації, а також використовуючи досвід світових компаній, мають реальні шанси створити конкурентоспроможні бренди.

Проаналізуємо успішні приклади використання бренду. У 2006 році був заснований музичний лейбл Black Star. За десять років із маленької компанії однодумців компанія виросла в російський мейджор-лейбл, ставши лідером на вітчизняному ринку за відношенням кількості хітів до пісенб, що випускаються. Артисти лейблу отримали всі музичні нагороди в країні, а їхні пісні знаходяться в ефірі більшості музичних телеканалів і радіостанцій Росії і СНД [4, с. 6]. Музичний лейбл стер власні кордони, вийшовши за межі одного музичного жанру і підписавши 13 музикантів різних стилів – від реп / хіп-хоп до поп-музики. Компанія любить музику і намагається зробити російський музичний ринок якомога більш конкурентним і якісним. Вони підписують контракти з артистами і дають можливість їхньому таланту бути почутим мільйонами людей. Проводять кастинг «Молода кров» для того, щоб будь-який музикант зміг «пробитися» в шоу-бізнес, не маючи ні зв'язків, ні фінансових можливостей. Компанія вірить у те, що весь контент повинен бути легальним і споживатися через якісні музичні сервіси.

У свідомість сучасного споживача міцно ввійшло поняття «бренд». При цьому споживач навіть не віддає собі звіту в тому, наскільки тотальний цей вплив. Він виходить із дому, надівши щось із одягу Black Star. Заглядаючи на зворотному шляху до бургерної Black Star, споживач має можливість покуштувати смачну їжу ц отримати насолоду від сервісу кафе. А повертаючись додому, йде по вулиці, слухаючи хорошу музику від Black Star. Він, не замислюючись, проробляє ці комбінації день у день. Вибір продукту відбувається на підсвідомому рівні. У 90% ситуацій покупець робить свій вибір несвідомо. Бренди все більше опановують підсвідомістю величезної маси людей, формуючи певний стиль життя. Споживачі стають частиною бренд-спільноти. Сьогодні люксові бренди є найбажанішими у споживача.

З погляду маркетингу, компанія всі свої напрями просувала і розвивала через соціальні мережі. Це була одна з перших компаній, яка починала просування свого товару саме через соціальні мережі. Завдяки їх фантастичній популярності м'ясо їм надають за найнижчими цінами порівняно з конкурентами. Виробники м'яса, звичайно, менш цивілізовані, ніж західні, але знижки звикли робити від обсягів замовлення, а не від того, хто до них із замовленням прийшов. Тобто м'ясо завжди буде дешевшим для McDonald's, Burger King, KFC та інших масштабних компаній, а не для вас. Це правило ринку, яке працює: наказати м'ясокомбінатам продавати вам бургери дешевше, ніж іншим, ви не зможете. У Black Star Burgers випікали і будуть випікати булки для бургерів винятково самостійно. Як революційна фішка, пропонована в Black Star Burgers, позиціонуються чорні хірургічні рукавички, які видаються кожному покупцеві бургерів [5. с. 7]. Це стало супервідкриттям. Кожна мережа фастфуду працює не над тим, як збільшити витрати, а над тим, як їх скоротити, у зв'язку з цим, наприклад, багато мереж пропонують покупцям вологі гігієнічні серветки – це і набагато дешевше, і набагато надійніше.

Відповідно до заяв засновників Black Star Burgers, середній чек у їхньому закладі становить близько 500 рублів. Приблизно в цій же ніші грала, але програла мережу Carl's Junior. Середній чек McDonald's і KFC становить близько 300 рублів, у Burger King він трохи вищий. У більш високої цінової категорії, близько 700–800 рублів, грають TGI Fridays, BeverlyHills Diner і Starlite Diner [4, с. 7].

Щодо компанії Black Star запропоновано певні стратегії для покращення роботи компанії та ще міцнішого закріплення позиції на ринку:

– Компанія повинна поліпшити свій контент. Контент – це інформаційний зміст сайту (тексти, графічна, звукова інформація та ін.), а також книги, газети, збірки статей, матеріалів та ін.

– Докласти зусиль для побудови ефективної бізнес-системи. Це пояснюється тим, що в компанії досить молоді працівники, керівники, менеджери, і сьогодні, можливо, їм не вистачає

досвіду у побудові дійсно ефективної бізнес-системи.

– Після побудови ефективної бізнес-системи компанії необхідно приділяти ще більше часу творчості, оскільки вона є основою в роботі компанії.

– Приділити більшу увагу рекламі. Дати змогу всьому світу дізнатися про цю компанію, бренд тощо. Але у сучасному конкурентному світі стає все складніше завоювати споживача, бренд створює емоційну прихильність до марки за допомогою реклами.

Компанія Black Star намагається постійно розвивати виробництво, залучати сучасних художників, артистів. Все це наповнює бренд додатковою цінністю. Бренд-гігант не тільки має фінансові можливості, а й ставить цікаві завдання для з'єднання кращих умів і талантів, світил мистецтва, дизайну та маркетингу. Пропонуючи все більш досконалу продукцію, виробник формує і виховує смак споживача. Важливо емоційне позиціонування компанії, створення образу, близького споживачеві.

Отже, прагнення утримати споживача стає стимулом для більшості компаній, змушує розвивати виробництво, залучати сучасних художників, артистів. Все це наповнює бренд додаткової цінністю. Бренд-гіганти не тільки мають фінансові можливості, а й ставлять цікаві завдання для з'єднання кращих умів і талантів, світил мистецтва, дизайну та маркетингу. Пропонуючи все більш досконалу продукцію, виробник формує і виховує смак споживача. Важливо емоційне позиціонування компанії, створення образу, близького споживачеві.

Бренди стають шансом споживача розповісти оточенню про себе, споживані бренди багато в чому визначають оцінку оточенням нас або нами оточення. Всі ті бренди, які вважаються сильними та дорогими, є уособленням певних особистісних цінностей, причому досить чітко окреслених, в цьому запорука їхньої стабільності, затребуваності і прихильності споживачів. Чим могутніший бренд, тим складніший шлях брендингу він пройшов своїм видавцем.

На сучасному етапі бренд-менеджмент перейшов до нової стадії – він став основою діяльності підприємства і дозволяє йому опосередковано через управління брендом управляти його іміджом.

Висновки. Суть успішної стратегії маркетингу – стежити за новими можливостями і робити хід, закріплюючи продукт на сходинці. Надалі всі дії брендингу будуть зводитися лише до утримання цього першого місця у свідомості споживачів.

Для формування вітчизняними виробниками власних брендів необхідні великі зусилля і засоби, щоб «перехопити ініціативу» у закордонних конкурентів, що давно почали захоплення ринків України. Використання західних технологій брендингу і пропонованої методології передбачає проведення постійних маркетингових досліджень купівельних переваг, мотивів здійснення покупок. Саме специфіка купівельної поведінки українців визначає особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку. Загальний рівень розпізнання брендів в українських споживачів невеликий, але він постійно росте, тому Україна – країна, де можна досить швидко створити і просунути новий бренд. Українським компаніям під час упровадженні бренду слід звернути увагу на принципи функціонування компаній, які десятиріччями забезпечують успіх та визнання на світових ринках. Впровадження бренду – це не нанесення логотипу на все, що можна. Це зміна продукту і ставлення до людей – це процес, це час і вкладення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Gad Thomas. 4D branding. Cracking the corporate code of the network economy: Stockholm School of Economics in St. Petersburg, 2003, 230 p.
2. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Навч. посібник / укл.: І.В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
3. Брендинг. URL: http://www.parmarketingservices.com/Docs/Branding%20White%20Paper.pdf
4. «Black Star»: основные направления. URL: https://black-star.ru/about/
5. Бренд «Black Star».URL: http://brandwiki.ru/brands/history/black-star.html

УДК 331.108.4

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ПАРАМЕТРИЧНОЇ АДАПТАЦІЇ В ЗАДАЧАХ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

USING THE METHOD OF PARAMETRIC ADAPTATION IN THE TASKS OF MARKETING MANAGEMENT IN AN ENTERPRISE

Гусаров О.О.
кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Українська інженерно-педагогічна академія

У статті удосконалено теоретико-методичний базис методу параметричної адаптації в задачах управління маркетингом на підприємстві. Досліджено особливості питання використання методів адаптивного управління на підприємстві. Показана необхідність використання двох типів адаптерів: зовнішнього та внутрішнього. Наведено алгоритм роботи з використання методу параметричної адаптації в задачах управління маркетингом на підприємстві.

Ключові слова: *управління маркетингом, адаптивна система управління, параметрична адаптація, параметризація, економіко-математична модель, адаптер, алгоритм.*

В статье усовершенствован теоретико-методический базис метода параметрической адаптации в задачах управления маркетингом на предприятии. Исследованы особенности вопроса использования методов адаптивного управления на предприятии. Показана необходимость использования двух типов адапторов: внешнего та внутреннего. Приведен алгоритм работы с использованием метода параметрической адаптации в задачах управления маркетингом на предприятии.

Ключевые слова: *управление маркетингом, адаптивная система управления, параметрическая адаптация, параметризация, экономико-математическая модель, адаптор, алгоритм.*

The theoretical and methodological basis of the method of parametric adaptation in the tasks of marketing management at the enterprise has been improved in the article. The peculiarities of the problem of using adaptive management methods in the enterprise are investigated. The necessity of using two types of adapters is shown: external and internal. The algorithm of work with the use of the method of parametric adaptation in the tasks of marketing management in the enterprise is given.

Key words: *marketing management, adaptive management system, parametric adaptation, parametrization, economic-mathematical model, adapter, algorithm.*

Постановка проблеми. Згідно з сучасною парадигмою менеджменту визначальним фактором виживання комерційного промислового підприємства є формування споживача, що вимагає виконання двох базових функцій – маркетингової та інноваційної [1, с. 39 – 41].

В умовах зростаючого динамізму та невизначеності зовнішнього середовища, значного скорочення життєвого циклу товарів, індивідуалізації споживчих запитів, загострення конкурентної боротьби результати діяльності машинобудівного підприємства значною мірою залежать від його здатності швидко адаптуватися до змін.

Можна констатувати, що сьогодні доцільним є формування нових підходів до адаптивного управління, які орієнтовані на побудову не лише реактивних, а й превентивних механізмів на основі оптимізації системи ділових відносин та забезпечення стійкого розвитку суб'єкта господарювання в умовах нелінійних, що не піддаються прогнозуванню, змін зовнішнього середовища. За таких обставин як у теоретичному, так і в практичному аспекті особливої актуальності набуває проблема адаптивного управління підприємством з орієнтацією на його маркетингові пріоритети, вирішення якої сприяє оптимізації програми виробництва та реалізації продукції, структури витрат, фінансового стану підприємства, більш ефективному використанню усіх видів залучених ресурсів в умовах їх обмеженості.

Прискорення науково-технічного прогресу, нестабільність економічного стану, кризові явища все більше ускладнюють задачі управління підприємством. У цих умовах прийняття управлінських рішень буде більш досконалим і ефективним, якщо воно буде базуватися на даних більш достовірного та повного обліку, більш повному аналізі результатів минулої діяльності, на точному прогнозі та прийнятті рішення

з урахуванням умов його виконання в майбутньому. Це приводить до необхідності широкого використання в практиці управління економіко-математичних моделей та засобів комп'ютерної техніки. Але удосконалення управління відбувається тільки за зміни системи заходів і методів управління підприємством, що формується та змінюється разом із розвитком та зміною факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому одним із найважливіших напрямів підвищення ефективності використання економіко-математичних моделей в системах управління є застосування методів адаптації в процесах управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню теоретичних аспектів адаптивного управління, обґрунтуванню його мети та принципів, визначенню структурних складників системи адаптивного управління присвячено праці таких зарубіжних та вітчизняних учених, як В.І. Скуріхін [3, с. 9–37], Г.В. Строкович [6, с. 347–354], О.А. Хвостенко [7, с. 166–173].

Теорія і практика сучасного менеджменту акумулювала різноманітні підходи до вирішення проблеми адаптивного управління підприємством.

Згідно з І. Ансоффом, у процесі функціонування та розвитку підприємство постійно повинне пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, що є турбулентним та складається з таких частин, як споживачі, конкуренти, ринок та саме середовище [4, с. 11–23]. Це викликає необхідність зосередження уваги на факторах, які впливають на маркетингові можливості суб'єкта господарювання.

В.П. Стасюк трактує адаптивне управління як забезпечення максимальної віддачі від ресурсів, що використовуються підприємством у процесі функціонування [5, с. 24].

Н.Ю. Мариненко серед факторів впливу на адаптацію внутрішнього середовища підприємств промисловості з ринковим середовищем у процесі розвитку виділяє такі параметри, що характеризують сферу маркетингової діяльності, як відносини з основними замовниками, споживачами, постачальниками, конкурентами; номенклатура та асортимент продукції; кон'юнктура внутрішнього ринку; ємність ринку; ціна та рівень якості виробленої продукції порівняно з конкурентами. Автор вважає, що застосування адаптивного підходу до розвитку підприємств повинно спиратися на маркетинговий принцип, який означає орієнтацію діяльності всіх структурних підрозділів підприємства на споживача, на зміни, що характеризують бізнес-середовище підприємства [2, с. 65–67].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Висвітлення питань використання методів параметричної адаптації в задачах управління маркетингом на підприємстві, на нашу думку, ще не отримало достатнього висвітлення в дослідженнях.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Мета статті – розроблення загального механізму використання методів параметричної адаптації в задачах управління маркетингом на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розроблення загального механізму використання методів параметричної адаптації під час прийняття управлінських рішень в задачах управління маркетингом на підприємстві будемо використовувати механізми параметричної адаптації в задачах планування виробничої діяльності [3, с. 95–123]. Складність процесів управління виробництвом визначається такими причинами. Виробнича система взаємодіє як зі внутрішнім, так і із зовнішнім середовищем. Вплив середовища на систему виявляється у вигляді дестабілізуючого впливу різного роду перешкод. Це приводить до того, що параметри виробничої системи є нестаціонарними. Тому планувати доводиться в умовах невизначеності. Планування ж за усередненими характеристиками не дає належного ефекту, тому що поки ведеться планування, змінюються і система, для якої воно виробляється, і навколишнє середовище, а всі такі зміни цілком врахувати неможливо. Отже, складність системи збільшується ще в зв'язку з тим, що необхідно враховувати стохастичну природу досліджуваних процесів, що мають місце на підприємстві.

Проведення оптимізаційних розрахунків планових показників і керуючих параметрів у цьому разі виявляється несуттєвим, оскільки не вдається виявити і формалізувати об'єктивні обмеження і критерії планування. Критерій планування являє собою якісне відображення мети, що розглядається у вигляді набору кінцевих значень вихідних параметрів системи на заданому тимчасовому інтервалі. Планові ж показники повинні відбивати господарські інтереси підприємства загалом і окремих її підрозділів. Спроби оптимізації тільки за формальними критеріями можуть привести до непрацездатності всієї системи.

Усе зазначене про нерегулярність і нестаціонарність процесів викликає необхідність розроблення спеціальних методів вирішення задач планування і управління, що включають різні інформаційні процедури. Виник напрям із розроблення ітераційних методів у плануванні. Ітераційні методи математичного програмування можуть слугувати засобом моделювання й оптимізації систем, що еволюціонують, тобто в ситуаціях, коли не вдається одержати точного аналітичного вираження обмежень або цільової функції, але при цьому є непряма інформація, що характеризує ці обмеження (або цільову функцію). Базуючись на описаному вище, можна зрозуміти, що оптимізаційні моделі мають обмежене застосування. Це є наслідком таких причин.

Виробництво як об'єкт дослідження і використання економіко-математичних методів

характеризується безперервним розвитком, ускладненням, ростом обсягу, динамічності і невизначеності. Еволюція підприємства, дія комплексу випадкових факторів, що породжують невизначеності різної природи, приводять до зміни процесів планування і регулювання. Звідси можна дійти висновку, що процес планування і регулювання повинний враховувати еволюцію і нестаціонарність умов. Така ситуація приводить до зменшення відносного обсягу застосовуваних формальних методів у зв'язку з труднощами, що супроводжують застосування математичного програмування до моделювання нестаціонарних систем, що характеризуються великою розмірністю, недостатньою апріорною інформацією, наявністю погано формалізованих факторів, нечіткістю критеріїв оцінки прийнятих рішень тощо.

Моделі математичного програмування, за якими складається план, не відбивають належною мірою можливості й умови його виконання, не дозволяють враховувати повною мірою прогнозовані втрати, зумовлені необхідністю локалізації перешкод і компенсації відхилень під час виконання (реалізації) плану. Виконання плану можна було б оцінювати на основі моделі виробничої системи (об'єкта). Як модель об'єкта звичайно використовують економетричні моделі. Однак їх розроблення для багатопродуктового виробництва, як правило, не проводиться. І навіть для однопродуктового виробництва побудова економетричної моделі пов'язана із значними труднощами. Конкретизуємо причини, що приводять до труднощів формалізації виробничих систем і потребують побудови механізму адаптивного планування.

Першою причиною можна вважати нестаціонарність виробництва як системи, що розвивається. Це накладає обмеження на побудову математичної моделі об'єкта. Основними проблемами побудови економетричної моделі окремого процесу є вибір типу детермінованої основи процесу й оцінювання структурних коефіцієнтів. Через те, що тип детермінованої основи процесу невідомий апріорно і не може бути стабільним, потрібне застосування підходу, що приводить до моделей із перемінною структурою і параметрами, тобто до адаптивних економетричних моделей процесів. В економетричній моделі, що описує об'єкт, повинні змінюватися структура і параметри відповідно до зміни характеристик об'єкта під час функціонування. Такі економетричні моделі будемо називати адаптивними. Побудова адаптивних моделей пов'язана з використанням ітеративних методів.

Друга причина визначається вимогами до точності формування плану і регулюючих впливів в умовах невизначеності. Розмаїття умов, що виникають під час розроблення плану і регулювання виробництва, приводить до необхідності створювати в межах однієї економічної постановки задачі не одну, а безліч моделей планування і регулювання, і «підганяти» параметри об'єкта і зазначених моделей до конкретних умов, визначених під час планування або регулювання виробництва. Це приводить, з одного боку, до розширення класу розв'язуваних задач, а з іншого боку – до зменшення можливостей застосовуваних формальних методів. Для усунення цих протиріч необхідно, з огляду на здатність людини до аналізу, створити такі методи управління, що базувалися б на кількісному та якісному аналізах.

Третьою причиною є нестаціонарність середовища, що обмежує побудову моделі об'єкта. Оскільки підприємство функціонує в нестаціонарному середовищі, то структура і параметри моделі формального об'єкта з часом повинні мінятися відповідно до зміни характеристик підприємства і середовища. Оскільки структура формального об'єкта визначається сукупністю взаємозалежних моделей, то зміна структури є наслідком використання іншої моделі (модифікації) однієї і тієї самої економічної задачі, що зумовлено необхідністю обліку змін середовища. Основними параметрами формального об'єкта є параметри моделей задач планування (регулювання) і виробничого об'єкта (об'єкта управління). Таким чином, модель формального об'єкта повинна бути адаптивною. Адаптивна ідентифікація формального об'єкта передбачає визначення оператора, що змінюється в процесі функціонування підприємства, за даними поточної і прогнозної інформації про вхідні і вихідні перемінні системи. У результаті ідентифікації встановлюються оцінки операторів, що відповідають різним умовам функціонування і зміни, що відбулися з підприємством.

У процесі адаптації можуть змінюватися кількісні характеристики системи управління (параметрична адаптація) або її структура (структурна адаптація).

Аналіз практичної розробки адаптивної системи управління дає підставу для виділення таких основних етапів.

Етап 1. Визначення або уточнення еволюційного співвідношення.

Етап 2. Розроблення або коригування моделі планування.

На цьому етапі виділяються найбільш істотні фактори, що впливають на поводження об'єкта (такі фактори, як перешкоди, регулювання враховуються своїми середніми значеннями), формулюється математична модель (динаміка, обмеження, критерії, початкові і кінцеві умови). Визначається метод вирішення задачі планування.

Етап 3. Розроблення або коригування моделі регулювання.

На цьому етапі визначається модель впливу РК на динаміку об'єкта, формулюються обмеження на РК і визначається конкретний метод вибору регулюючих впливів.

Етап 4. Розроблення або уточнення моделі зовнішнього середовища.

За кожним типом перешкод визначаються закони розподілення, методи оцінки та адаптації параметрів, методи прогнозу перешкод (прогноз для планування і прогноз для регулювання).

Етап 5. Побудова або коригування імітаційної моделі. Спочатку визначаються складники імітаційної моделі об'єкта. Встановлюються для кожного типу перешкод методи генерації випадкових величин із заданим законом. Формується оператор впливу перешкод на об'єкт управління. Визначається модель системи регулювання (не враховуються підсистеми обліку й аналізу в самій системі регулювання), використовувана під час імітації функціонування системи. Потім встановлюються умови закінчення процесу імітації з урахуванням забезпечення достовірних значень показників виконання плану або і регулюючих впливів, і плану.

Етап 6. Параметризація.

На цьому етапі визначається множина параметрів, значення яких може змінюватись, у всіх моделях. Усі такі параметри розділяються за місцем підлаштування зовнішнім або внутрішнім адаптером на фази планування або регулювання. Формуються обмеження на значення параметрів. Цей етап, як правило, найбільш складний з погляду діяльності проектувальників адаптивних систем.

Через особливості розроблюваного механізму адаптації виділяються два класи параметрів: параметри, що підбудовуються зовнішнім адаптером; параметри, що підбудовуються внутрішнім адаптером.

Зовнішній адаптер підбудовує параметри на основі реальних даних у міру їхнього надходження (тимчасових послідовностей). Він підбудовує параметри всієї системи планування, що включає моделі планування, імітації і регулювання.

Внутрішній адаптер підбудовує параметри на базі імітаційних послідовностей. Він підбудовує параметри моделі планування та ті параметри імітаційної системи, що не можуть визначатися за реальними даними функціонування.

Таким чином, зовнішній і внутрішній адаптери мають різні сфери впливу, тобто той самий параметр не підбудовується двома адаптерами, однак ці параметри можуть впливати на одні і ті самі елементи системи управління.

Загалом алгоритм прийняття управлінських рішень з управління маркетингом, використовуючи методи параметричної адаптації, виглядає таким чином.

Крок 1. Початок.

Крок 2. Облік фактичних даних внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Крок 3. Робота зовнішнього адаптера.

Крок 4. Формування даних для прийняття управлінських рішень.

Крок 5. Формування варіанту управлінського рішення (при першому заході на крок 5 – двох варіантів).

Крок 6. Імітаційне моделювання реалізації управлінських рішень.

Крок 7. Вибір найкращого зі сформованих варіантів.

Крок 8. Якщо формування кращого варіанту рішення закінчено – перехід до кроку 10, в протилежному разі – перехід до кроку 9.

Крок 9. Робота внутрішнього адаптера. Перехід до кроку 4.

Крок 10. Кращий варіант рішення оформлюється у вигляді остаточного.

Крок 11. Закінчення.

Висновки. Отже, доцільно розглядати роботу розробленого механізму адаптації насамперед із виділення двох класів параметрів: параметрів, що підбудовуються зовнішнім адаптером; параметрів, що підбудовуються внутрішнім адаптером. Це вказує на актуальність проблеми визначення конкретних переліків параметрів двох класів, чому і будуть присвячені наступні дослідження за цією тематикою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. / П. Ф. Друкер М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.432 с.

2. Мариненко Н. Ю. Управління адаптивним розвитком виробничо-господарських структур: дис.… докт. екон. наук: 08.00.04 / Н.Ю. Мариненко;

Тернопільський нац. технічний ун-т. ім. І. Пулюя. Тернопіль, 2017. 403 с.

3. Скурихин В.И. Адаптивные системы управления машино-строительным производством / В.И. Скурихин, В.А. Забродский, Ю.В. Копейченко М: Машиностроение, 1989. 208 с.

4. Ansoff I.H. Optimizing Profitability in Turbulent Environments: A Formula for Strategic Success / I.H. Ansoff, P.A. Sullivan // Long Range Planning. 1993. V. 26, No.5. Pp. 11–23.

5. Стасюк В.П. Моделі адаптивного управління підприємством у нестабільному зовнішньому середовищі [Текст]: автореф. дис. д-ра екон. наук / В.П. Стасюк. Донецьк: ДНУ, 2003.

6. Строкович Г.В. Адаптивність як основа довгострокового функціонування підприємства / Г.В. Строкович // Вчені записки ХГУ «НУА». Харків: ХГУ НУА, 2013. № 2. С. 347–354.

7. Хвостенко О.А. Концептуальні засади класифікації середовища підприємства / О.А. Хвостенко // Актуальні проблеми економіки. Київ: НТУУ «КПІ», 2009. № 5. С. 166–173.

УДК 338.64

РОЗРОБЛЕННЯ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ З МОДЕЛЮВАННЯ СУКОНЬ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ВЕСІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

DEVELOPING A MOBILE ADDITIONAL MODELING SOON FOR ENTERPRISES OF THE WEDDING INDUSTRY

Д'якова В.С.
студентка,
Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Калініна О.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

У статті виділено основні проблеми, з якими стикаються весільні салони в сучасних умовах підприємницької діяльності. Для підвищення конкурентоспроможності весільного салону "Feya" рекомендується оптимізувати функцію «якість-ціна-час» за допомогою формування додаткової конкурентної переваги у вигляді мобільного додатку. Розроблено мобільний додаток із вибору та/або моделювання «суконь своєї мрії» он-лайн для весільного салону "Feya" (розроблений під Android), який дає змогу здійснити вибір потрібної сукні чи аксесуару за бажанням клієнта.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, якість-ціна-час, мобільний додаток, прибуток, мокап, макет.*

В статье выделены основные проблемы, с которыми сталкиваются свадебные салоны в современных условиях предпринимательской деятельности. Для повышения конкурентоспособности свадебного салона "Feya" рекомендуется оптимизировать функцию «качество-цена-время» посредством формирования дополнительного конкурентного преимущества в виде мобильного приложения. Разработано мобильное приложение по выбору и/или моделированию «платьев своей мечты» он-лайн для свадебного салона "Feya" (разработано под Android), которое позволяет осуществить выбор нужного платья или аксессуара по желанию клиента.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, цена-время, мобильное приложение, прибыль, мокап, макет.*

The work highlighted the main problems, which are faced with wedding salons in modern business conditions. In order to increase the competitiveness of the wedding salon "Feya" it is recommended to optimize the "quality-price-time" function by creating an additional competitive advantage in the form of a mobile application. A mobile application for choosing and / or modeling "dresses of your dreams" online for the "Feya" wedding salon, designed for Android, allows you to choose the right dress or accessory at the customer's request.

Key words: *competitiveness, quality-price-time, mobile app, profit, mocap, layout*

Постановка проблеми. В умовах загострення конкурентної боротьби на ринку все частіше стають питання щодо формування особливих конкурентних переваг підприємств, що дадуть їм змогу бути конкурентоспроможними та отримувати позитивний результат від своєї діяльності в короткостроковому та довгостроковому періодах. Саме тому, окрім досягнення оптимальних для покупців значень якості і ціни продукції, необхідно не забувати ще про один дуже важливий конкурентоспроможний фактор – час. Своєчасне реагування підприємством на перше звернення покупця в сприятливий для останнього момент, оперативне задоволення підприємством вимог покупця впливає на зручність і ефективність процесів продажів для покупця, а отже, і на результативне укладання з ним угоди про продаж і отримання грошових коштів від нього.

Фактор часу сучасному підприємству можливо врахувати за допомогою використання мобільних додатків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості застосування мобільних додатків розглядаються вченими в діяльності підприємств різних галузей. Так, у туристичній галузі використовуються такі мобільні додатки, як Google Bike, BTTEuskadi, Garmin Connect, Wikiloc, Bike Route Toaster, Map My Ride, Share

My Routes, Run Keeper, Runtastic, Endomondo, Mendiak [1], які дозволяють створити, завантажити та додати маршрут тощо. В галузі освіти застосовують додатки, що допомагають не тільки спланувати роботу студента/учня і викладача, а й ефективно засвоїти навчальний матеріал студентам/учням: Google Forms, Survey Monkey, Socrative, Plickers [2], Kahoot! [3], «Расписание ВУЗов», Google calendar, Adobe Captivate, Easy School book, PowToon, Prezi [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику різноманітність мобільних додатків у різних сферах підприємницької діяльності, недостатньо розглянуто питання застосування мобільних додатків для підприємств весільної галузі.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розроблення мобільного додатку з вибору та/або моделювання «суконь своєї мрії» он-лайн для весільного салону “Feya” (під Android), який дозволяє здійснити вибір потрібної сукні чи аксесуару за бажанням клієнта.

Виклад основного матеріалу дослідження. За офіційними даними статистичного дослідження, кількість весільних салонів, що пропонують придбати у них продукцію для весільного або вечірнього заходів, постійно зростає. Тільки в Києві кількість весільних салонів коливається у межах 1000, у Харкові їх близько 200 (за офіційними даними [5]).

Послуги, що надають салони, не завжди відрізняються своєю різноманітністю. Майже всі салони пропонують супутні послуги, а саме надання весільних аксесуарів, вечірніх суконь та деяких додаткових послуг із гнучкою системою знижок, що уособлюються у вигляді фотосесії або оренди авто.

Для того щоб вистояти у жорсткій конкурентній боротьбі, весільному салону необхідно оптимізувати функцію «якість-ціна-час» за допомогою формування додаткової конкурентної переваги у вигляді мобільного додатку. Мобільний додаток допоможе залучити додатковий потік клієнтів, стати більш впізнаваємим серед клієнтів завдяки вдало розробленій рекламній компанії в мережі інтернет, та як наслідок – збільшити прибуток салону.

Кожен весільний салон має друкований каталог своєї продукції. Для розширення можливості продажів салону рекомендується мати його і в електронній формі. Якщо продукція, що представлена в наведених видах каталогів, не задовольнила вимог клієнта, останньому пропонується змоделювати сукню самостійно в мобільному додатку за власним бажанням.

Додаток для весільного салону розроблено за допомогою програмного продукту Balsamiq Mockups − програми, що дозволяє створювати макети користувальницьких інтерфейсів. Для цього були розроблені мокапи, що представляють собою фактичний дизайн-макет продукції, яку можна замовити в салоні.

Для розроблення мобільного додатку здійснено такий набір послідовних кроків: додаток написаний мовою JavaScript, оскільки ця мова використовується для крос-платформних додатків, заповнено бриф – опитувальну анкету, що дає виконавцю змогу зрозуміти вихідні дані, такі як маркетинговий складник, графічні та технічні аспекти, узгоджено технічне завдання та дизайн з вимогами власниками салону, пройдено стадію тестування.

Інтерфейс програми Balsamiq Mockups досить незвичайний. Він виглядає як намальований від руки. Для того, щоб намалювати макет, не потрібно довго розбиратися в можливостях утиліти – всі основні дії виконуються на інтуїтивному рівні. Крім того, в інтерфейсі програми Balsamiq Mockups реалізований такий зручний метод, як Drag-n-Drop (в перекладі з англійської означає буквально тягни-і-кидай). Весь макет додатку будується з почергових елементів, що додаються, кожен з яких має свій набір налаштувань. Варто відзначити, що Balsamiq Mockups – це ретельно продумана та досить зручна у використанні програма. У сфері свого застосування вона стає все більш популярною, а на просторах мережі можна знайти вже готові макети і використовувати їх як шаблони.

Тепер трохи докладніше опишемо, як працює розроблений мобільний додаток. Спершу клієнту відкривається головна сторінка: тут є поле реєстрації або ж входу (рис. 1). Далі клієнт потрапляє в свій особистий кабінет або «Мій профіль» (рис. 2).

Після цього відкривається наступна сторінка, за допомогою якої клієнт може створити ескіз за введеними параметрами (ескіз створює програма – додаток), які зберігаються у особистому кабінеті.

Введені параметри можуть редагуватися навіть на сторінці створення очікуваного ескізу (рис. 3).

Надалі клієнт переходить до сторінки каталогу, де може обрати вподобану модель вечірньої, весільної сукні або аксесуару (рис. 4).

Не переходячи із цієї сторінки (рис. 4) клієнт також може зразу перейти до сторінки замовлень, де матиме можливість замовити та оплатити обраний товар.

З каталогу є можливість перейти до сторінки деталей обраної сукні або аксесуару (рис. 5). Звідси є чотири шляхи: перейти до особистого кабінету, повернутися до каталогу, перейти до сторінку замовлень чи на сторінку створення ескізу.

На сторінці створення ескізу (рис. 7) розміщена детальніша інформація про обрану клієнтом продукцію: ціна, кількість, збільшений малюнок продукції (у разі її моделювання), наявність на складі чи у салоні (у разі вибору продукції із готової), основна інформація про матеріал, з якого зроблена та чи інша сукня або аксесуар.

Після цього клієнт переходить до сторінки товару, обраного за параметрами (який ство-

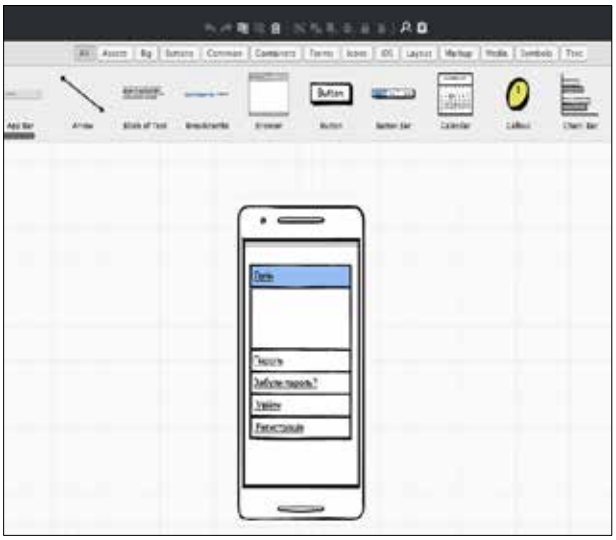


Рис. 1. Вхід або реєстрація

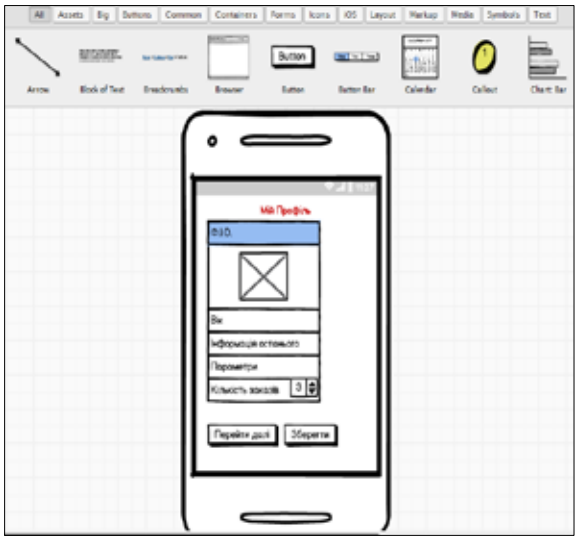


Рис. 2. Сторінка «Мій профіль»

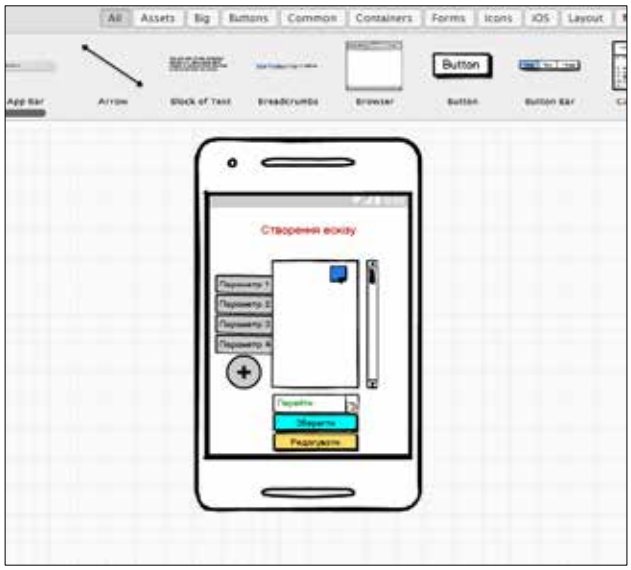


Рис. 3. Сторінка «Створення ескізу за параметрами»

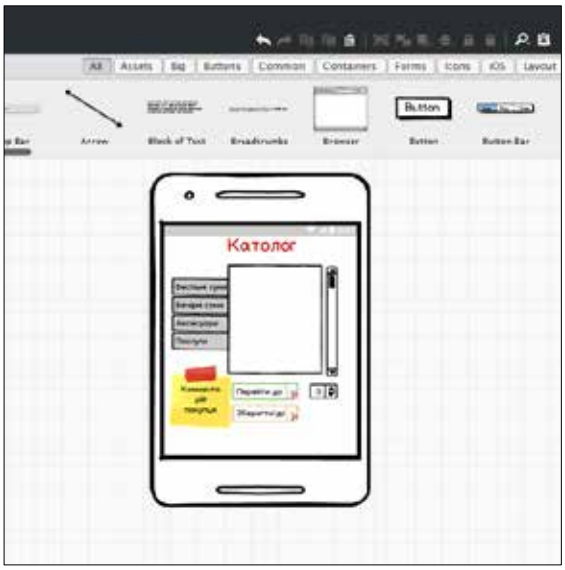


Рис. 4. Сторінка каталогу

рюється за допомогою ескізу за параметрами – рисунок 6), з якого переходить до сторінки замовлень. У клієнта є можливість відмінити вже обраний товар і розпочати свої дії спочатку.

Далі клієнт переходить до сторінки «Створення ескізу» за допомогою параметрів та панелі малювання, тобто клієнт має змогу сам створити сукню чи аксесуар до неї, може редагувати свій малюнок, може відмінити або повернутися до основного меню додатку.

Остання сторінка, на яку потрапляє клієнт, – це сторінка замовлень (рис. 8), де розміщена інформація про зроблене раніше замовлення (зазначається ціна, кількість, коментар до замовлення, дата, на яку потрібен обраний чи змодельований товар). Звідси клієнт може повернутися до сторінки каталогу, редагувати параметри, введені раніше, перейти до сторінки створення ескізу або перейти до особистого кабінету. Також на сторінці замовлень є кнопка, яка дозволяє оплатити товар через Інтернет за допомогою банківської карти та уточнити спосіб отримання обраного товару. Окрім того, у додатку є сторінка контактів салону (адміністратора та менеджера, які відповідають за якість обраного товару та можуть оперативно надати інформацію, якої бракує клієнту).

Готовий додаток завантажується спочатку до мережі PlayMarket, бо працюватиме на операційній системі Android (рис. 9), працівники салону матимуть змогу скачати його безкоштовно (салон фінансує всі витрати на створення мобільного додатку, які становлять приблизно $6250).

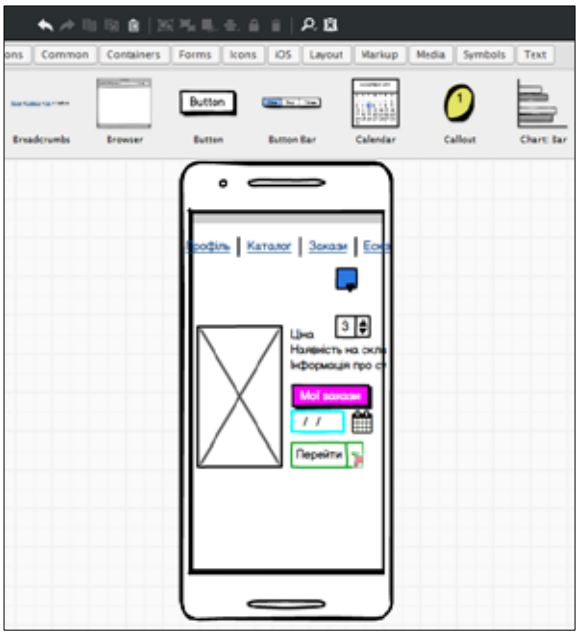


Рис. 5. Сторінка «Деталі сукні»

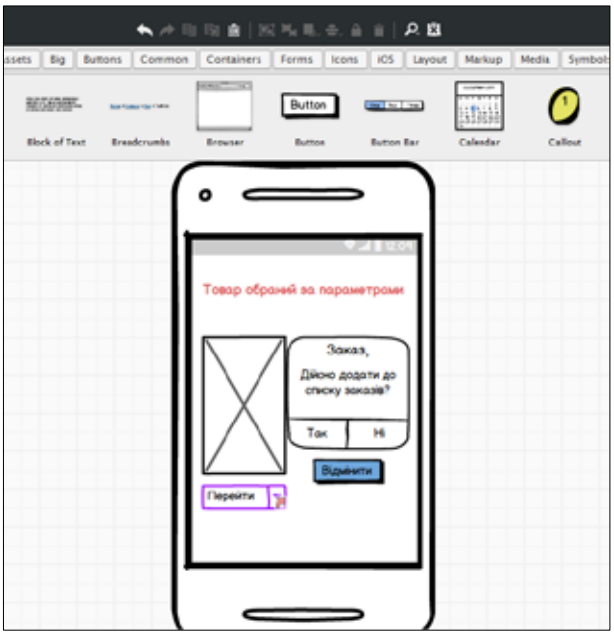


Рис. 6. Сторінка «Деталі товару, створеного за параметрами»

Рис. 7. Сторінка «Створення ескізу власноруч»

Рис. 8. Сторінка «Замовлення»

Додаток розрахований на працівників салону “Feya” та його клієнтів (завантаження для працівників буде коштувати приблизно $2, виходячи із вартості мобільного додатку). Клієнти, які встановлюватимуть мобільний додаток, повинні будуть заплатити десь $1.

Висновки. Таким чином, запропонований мобільний додаток дасть змогу створити необхідну сукню або аксесуар за рахунок розробленої панелі для малювання або вибору продукції з наявного електронного каталогу. Окрім того, у клієнта є можливість скористатися мобільним додатком у зручний для нього час, а також тоді, коли салон не працює. Це зекономить час та гроші. Також клієнт матиме змогу оплатити обраний товар за допомогою того самого мобільного додатку, натиснувши кілька клавіш на екрані смартфона чи планшета. Розроблений додаток дасть змогу сформувати фірмовий стиль весільного салону, підвищити його конкурентоспроможність, а отже, і підвищити можливий прибуток.

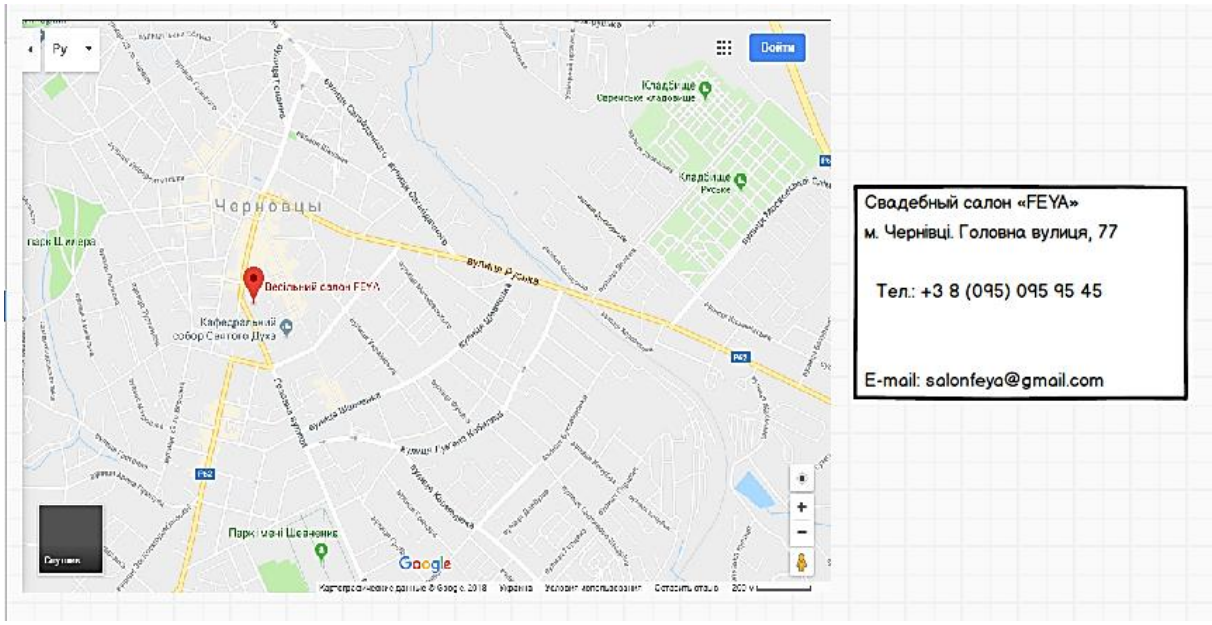


Рис. 9. Сторінка «Контакти»

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Lizarralde O. Plataformas de servicios web de geo-referenciación en el ámbito de la actividad deportiva / Lizaralde Osane, Serna Ainhoa, Perez Alain, Arenaza Alberto, Markeigi Urtzi, Larrinaga Felix // tourGUNE Journal of Tourism and Human Mobility. issue 1. 2013.

2. Терещук С.І. Технологія мобільного навчання: проблеми та шляхи вирішення / С.І. Терещук // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. 2016. Вип. 138 С. 178–180 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2016_138_40

3. Kahoot! – онлайн-сервіс для створення вікторин, дидактичних ігор і тестів. URL: http://www.pedrada.com.ua/news/276-kahoot-onlajjn-servis-dljastvorennja-viktorin-didaktichnikh-igor-i-testiv.

4. Золотарьова І.О. Застосування мобільного навчання в системі освіти [Електронний ресурс]/ І.О. Золотарьова, А.М. Труш // Системи обробки інформації. 2015. Вип. 4. С. 147–150. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/soi_2015_4_32.

5. Свадебный портал Харькова. URL: https://www.svadba.kharkov.ua/

УДК 338

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

MODERN TECHNOLOGIES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE STATE SECTOR OF UKRAINE

Квіта Г.М.
кандидати економічних наук,
доценти кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Київський національний університет технологій та дизайну

Шіковець К.О.
кандидати економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Київський національний університет технологій та дизайну

У статті розглянуто та запропоновано застосовувати інформаційні технології управління персоналом у державних закладах освіти. Використання автоматизованих систем управління персоналом дозволить підвищити ефективність управлінського процесу у державних закладах освіти загалом. Проведено порівняльну характеристику сучасних програмних продуктів у сфері управління персоналом.

Ключові слова: *персонал, управління персоналом, інформаційні технології управління персоналом.*

В статье рассмотрено и предложено применять информационные технологии управления персоналом в государственных учебных заведениях. Использование автоматизированных систем управления персоналом позволит повысить эффективность управленческого процесса в государственных учреждениях образования в целом. Проведена сравнительная характеристика современных программных продуктов в области управления персоналом.

Ключевые слова: *персонал, управление персоналом, информационные технологии управления персоналом.*

The article it is considered and suggested to apply information technologies of personnel management in state educational institutions. The use of automated personnel management systems will increase the efficiency of the managerial process in public education institutions in general. The comparative characteristic of modern software products in the field of personnel management is conducted.

Key words: *personnel, personnel management, information technology personnel management.*

Постановка проблеми. Підвищення ефективності освіти спричиняє необхідність оптимізації управління персоналом навчального закладу. Цю проблему неможливо вирішити без застосування інформаційних та телекомунікаційних технологій. Одним із ключових чинників підвищення ефективності управління персоналом навчальних закладів є застосування сучасних інформаційних систем та технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковим підґрунтям для впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в управління персоналом навчального закладу є праці сучасних науковців України. У працях Є.Я. Бутко, Г.В. Єльникової, В.І. Пересечанського, О.П. Третьяк відображені основні аспекти систематизації сучасних технологій управління персоналом, у тому числі в державних навчальних закладах. Разом з тим, в епоху глобалізації та інформаційних технологій актуальним залишається вивчення ефективного досвіду використання програмного забезпечення у процесі управління персоналом.

Виділення раніше невирішених частин загальної проблеми. Підвищення ефективності управління персоналом за рахунок впровадження сучасних інформаційних технологій є одним з основних важливих компонентів у системі управлінні підприємством будь-якого сектору економіки України, зокрема державного. Метою статті є дослідження інформаційного забезпечення управління персоналом в системі інформатизації навчального закладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Персонал навчального закладу є найбільш істотним ресурсом, що забезпечує високий рівень якості освіти. Рівень кваліфікації персоналу забезпечує якість знань майбут-

ніх студентів та фахівців, незалежно від типу навчального закладу у загальній системі закладів освіти України (рис. 1).

Якість управління персоналом відображає ефективність управління навчальним закладом загалом. Управління кадрами полягає в оптимальному узгодженні інтересів працівників і роботодавця, забезпеченні умов праці співробітників і досягнення високих результатів функціонування навчального закладу [4, с. 48].

З позицій технологій управління, управління персоналом навчального закладу розглядається як вид управлінської діяльності, яка забезпечує високий рівень наукового та педагогічного розвитку, визначає інтелектуальний капітал персоналу та випускників закладу, тобто важливий складник якості освіти в країні загалом.

Варто зауважити, що у XXI столітті неможливим є здійснення будь-якого управлінського процесу без належного інформаційного забезпечення.

Разом з тим, як зазначає Л.А. Птіцина, об'єктивними причинами використання автоматизованих систем управління персоналом є [6, с. 177] :

– прискорення та спрощення пошуку необхідної для прийняття управлінських рішень інформації у будь-який момент;

– потреба в економії часу на роботу з документами під час вирішення управлінських завдань щодо зайнятості персоналу навчального закладу та зменшенні паперових носіїв інформації.

– планування та прогнозування потреби в людських ресурсах, кваліфікації кадрового складу та зайнятості персоналу з метою вирішення стратегічних завдань навчального закладу в майбутніх періодах.

На вітчизняному ринку програмного забезпечення для управління персоналом пропонується багато програм різних виробників: «1С», «ПАРУС-Підприємство», «Галактика»,

Рис. 1. Структура системи державних закладів освіти в Україні

«M.E. Doc», які мають подібне функціональне наповнення, але відрізняються технологією перетворення вихідних даних у результативну інформацію та інтерфейсом. Ці програмні продукти дозволяють вирішувати такі завдання, як:

1) підвищення точності, ясністі і прозорості розрахунків з персоналом;

2) впровадження програмних рішень дозволяє забезпечити своєчасність розрахунків з оплати праці, а також формування внутрішніх управлінських звітів, які є відправною точкою для формування преміального складника заробітної плати;

3) автоматизовані системи формують статистичні і динамічні звіти по заробітній платі, що підвищує якість прийнятих управлінських рішень і вимагає менших затрат часу [3, с. 69].

Зокрема, для підвищення ефективності управління підприємством фірма «1С» в програмному комплексі «1С: Підприємство» створила конфігурацію з управління кадрами та розрахунку заробітної плати. Якщо раніше такою програмою була конфігурація «1С: Зарплата і Кадри 7.7», то з розвитком ринку і появою підвищених вимог до інформаційних технологій фірма «1С» випустила більш досконалий продукт «1С: Зарплата й Управління персоналом 8», який відповідає всім запитам працівників, які здійснюють кадрове управління, планування і розрахунок заробітної плати (рис. 2) [1].

Це програмний продукт масового призначення, що дозволяє в комплексі автоматизувати завдання, пов'язані з розрахунком заробітної плати персоналу і реалізацією кадрової політики, з урахуванням вимог законодавства і реальної практики роботи підприємств. Він успішно застосовується в службах управління персоналом і бухгалтеріях підприємств, а також в інших підрозділах, зацікавлених в ефективній організації роботи співробітників, для управління людськими ресурсами комерційних підприємств різного масштабу.

У програмі «1С: Зарплата та управління персоналом 8» підтримуються всі основні процеси управління персоналом, а також процеси кадрового обліку, розрахунку зарплати, обчислення податків, формування звітів і довідок в державні органи і соціальні фонди, планування витрат на оплату праці. Враховано вимоги законодавства, реальна практика роботи підприємств та перспективні світові тенденції розвитку підходів до управління персоналом. Вона виступає на ринку України як потужний інструмент для реалізації кадрової політики навчального закладу за такими напрямами, як планування потреб у персоналі; забезпечення навчального закладу кадрами; управління фінансовою мотивацією персоналу; облік кадрів і аналіз кадрового складу; управління компетенціями та атестація працівників; управління стажуванням персоналу; ефективне планування зайнятості персоналу; облік кадрів і аналіз кадрового складу; трудові відносини, зокрема, кадрове діловодство; розрахунок заробітної плати персоналу; розрахунок регламентованих законодавством податків і внесків із фонду оплати праці; управління грошовими розрахунками з персоналом, зокрема, депонування; відображення нарахованої зарплати і податків у витратах навчального закладу [1].

Окрім найбільш поширеної у освітніх закладах України програми 1С, великої популярності

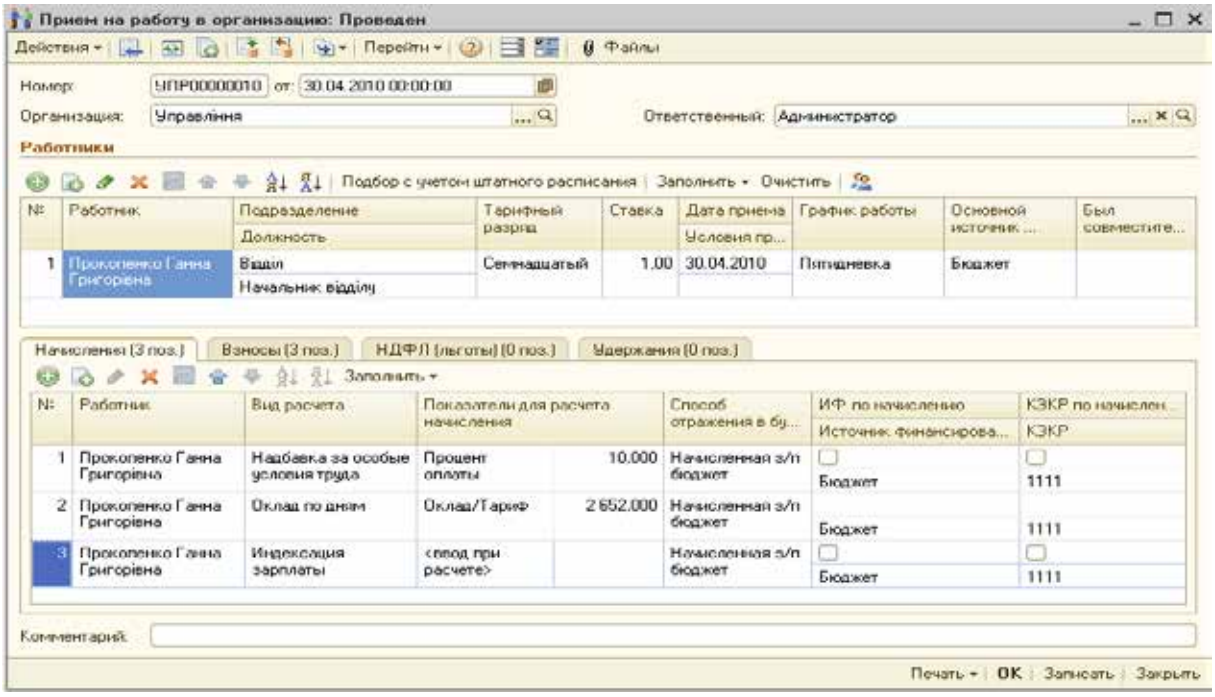


Рис. 2. Діалогове вікно «1С: Зарплата та управління персоналом 8.1»

набуває також досить проста у користуванні програма «M.E. Doc».

Комп'ютерна програма «M.E. Doc» (My Electronic Document) – програма для роботи з усіма типами документів в електронному вигляді: податкові накладні, акти, рахунки і звіти. Це рішення для підприємств різних сфер діяльності та систем оподаткування, що дозволяє обмінюватися документами з державними органами (звітність) та контрагентами (податкові накладні, розрахунки коригувань, акти, рахунки тощо). Вона підтримує експорт/імпорт з будь-якими програмами для бухгалтерського обліку та має найширший у країні перелік функцій.

Програма складається з низки модулів, кожен з яких дозволяє вирішувати специфічні задачі електронного документообігу. Зокрема, у навчальних закладах для управління персоналом використовується модуль «M.E. Doc Зарплата» (рис. 3) [2] – це модуль системи електронного документообігу «M.E. Doc», який автоматизує розрахунок і нарахування заробітної плати співробітників навчальних закладів, а також всі процеси обліку та управління персоналом.

За допомогою модуля «M.E. Doc Зарплата» можливо здійснювати такі функції управління персоналом навчального закладу:

– створювати і вести особисті картки співробітників, в яких міститься вся необхідна інформація про них;

– розраховувати нарахування до фондів, як в цілому по підприємству, так і окремо по кожному співробітнику;

– вести розрахункові листи співробітників (з урахуванням одноразових премій, доплат, відпускних, лікарняних);

– зберігати розрахункові листи за поточний рік і всі минулі періоди.

– формувати документи для перекладу виплат співробітникам і аліментів в банки на особисті рахунки [2].

При цьому модуль «M.E. Doc Зарплата» автоматично виконує усі дії у процесі управління персоналом навчального закладу:

– розрахунок заробітної плати згідно з чинним законодавством (в розрізі по окремих підрозділах і по закладу загалом);

– перерахунок суми утримань і відрахувань до фондів за попередні періоди за зміни законодавства України;

– перерахунок заробітної плати по кожному співробітнику з урахуванням графіка його роботи;

– заповнення звітів (1ДФ, 1ПВ, ЄСВ) на підставі зарплатних даних;

– заповнення розрахункових відомостей на основі даних з особових карток і розрахункових листів [2].

Також модуль «M.E. Doc Зарплата» надає у розпорядження навчального закладу перелік типових видів оплати, фондів та їх нарахувань, комплекти всіх необхідних звітів, які сформовані з урахуванням вимог контролюючих органів.

Висновки. У сучасних умовах господарювання якість надання освітніх послуг відіграє ключову роль у формуванні інтелектуального капіталу нації. Разом з тим, пріоритетне значення у забезпеченні якості освіти має ефек-

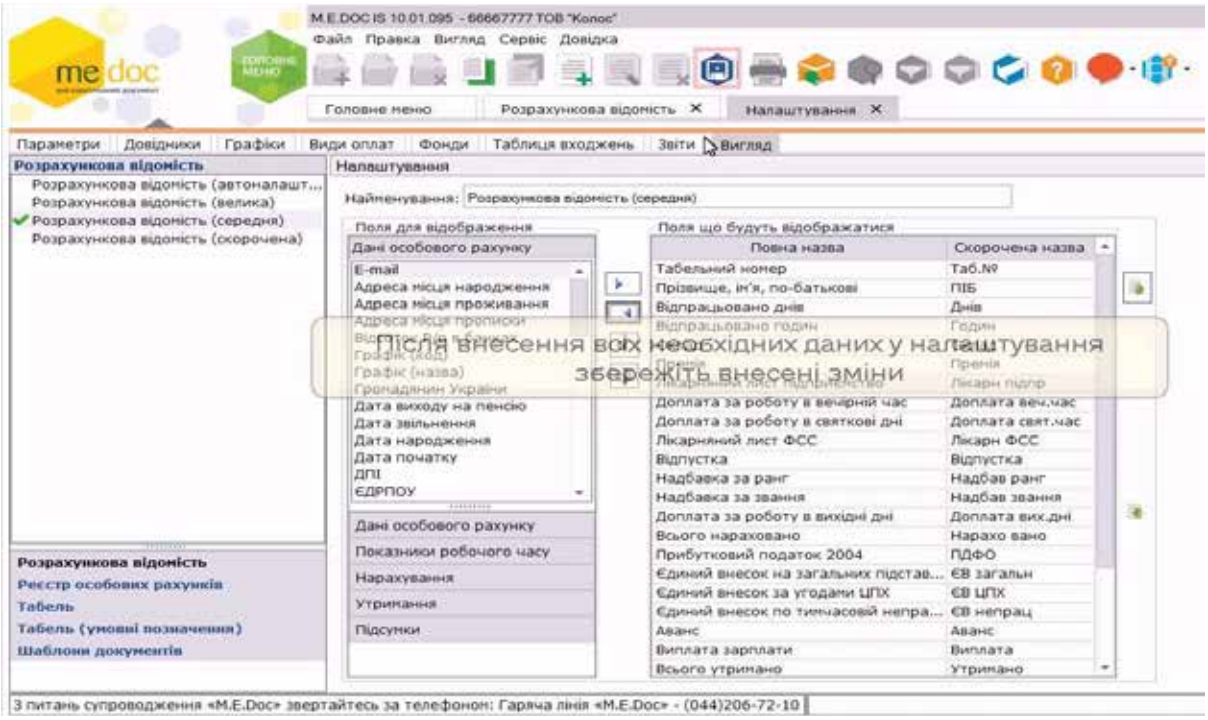


Рис. 3. Діалогове вікно модуля «M.E. Doc Зарплата»

тивність управління персоналом освітніх закладів. Використання інформаційних технологій у процесі управління персоналом навчального закладу є економічно виправданим та ефективним, оскільки сприяє зменшенню втрат робочого часу, полегшенню роботи з документами та упорядкованості потреби у кваліфікованому персоналі для здійснення освітніх послуг. Подальші дослідження необхідно спрямовувати на пошук інноваційних, ефективних технологій управління персоналом у державному секторі економіки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. 1С: Зарплата та управління персоналом для України. URL: http://1c.ua/ua/v8/ RegionalSolutions_UA_ZUP.php
2. M.E. Doc Зарплата // Центр інформаційних технологій IT.URL: http://cit.ks.ua/medoc/m-e-doc-zarplata
3. Абросімова К.А. Облік виплат працівників із застосуванням автоматизованих облікових систем / К.А. Абросімова, А.П. Сиротинська // Студентський вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2014. № 1(1). С. 68–70.
4. Бутко Е.Я. Информационные технологии в управлении персоналом образовательного учреждения / Е.Я. Бутко // Государственный Советник. 2015. № 4. С. 48–52.
5. Пересечанський В.І. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності керівника закладу освіти / В.І. Пересечанський //URL: http://tme.umo.edu.ua/docs/ Dod/2_2010/peresechans.pdf
6. Птіцина Л.А. Використання автоматизованих систем управління персоналом на промислових підприємствах України з метою підвищення ефективності управлінських рішень / Л.А. Птіцина // Вісник Запорізького національного університету. 2014. № 4 (24). –С. 176–181.
7. Система освіти України, її структура // Педагогіка вищої школи. URL: http://www.info-library.com.ua/books-text-4033.html
8. Третьяк О.П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві / О.П. Третьяк // Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.4. С. 389–397.

УДК 338.47

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

MODERN INNOVATIONAL TECHNOLOGIES IN LOGISTIC ACTIVITY

Круш П.В.
кандидат економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та підприємства,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Мегедь Ю.В.
студентка,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті досліджено напрями взаємозв'язку інновацій та логістики на сучасному етапі розвитку економіки. Встановлено сфери застосування інновацій у логістичній діяльності. Проаналізовано сучасні технології, які можуть бути використані логістичними компаніями для досягнення конкурентних переваг, а також підвищення ефективності їхньої діяльності.
Ключові слова: *логістика, інновація, інноваційні технології, інновації в логістиці.*

В статье исследованы направления взаимосвязи инноваций и логистики на современном этапе развития экономики. Установлены сферы применения инноваций в логистической деятельности. Проанализированы современные технологии, которые могут быть использованы логистическими компаниями для достижения конкурентных преимуществ, а также повышения эффективности их деятельности.
Ключевые слова: *логистика, инновации, инновационные технологии, инновации в логистике.*

The article deals with the directions of the relationship of innovations and logistics at the present stage of economic development. Areas of application of innovations in logistic activity are established. The analysis of modern technologies, for use by logistics companies to achieve competitive advantages, as well as increasing the efficiency of their activities.
Key words: *logistics, innovation, innovative technologies, innovations in logistics.*

Постановка проблеми. За останні роки в Україні питанню логістики приділяється все більше уваги. Це пов'язано з тим, що близько 35% від вартості товару витрачається на транспортування, зберігання та пакування. Відповідно, це позначається на ціні товару, яка є одним із ключових факторів для споживачів. Саме тому зросла необхідність упровадження інноваційних технологій в логістиці.

Ще одним із ключових факторів необхідності інновацій в логістиці є глобалізація міжнародних зв'язків і торгівлі. Компанії з різних країн укладають між собою угоди про співробітництво. Люди хочуть купувати в онлайн-магазинах не тільки у своїй країні, але і по всьому світі. Таким чином, постійно зростає товарообіг і, як наслідок, навантаження на логістичні компанії. Такий перебіг подій зумовлює відхід ручної праці на другий план, людей замінюють машини, здатні за хвилину виконувати в сотні разів більше операцій, а отже, ще один бонус інновацій – економія на робочій силі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним аспектам взаємозв'язку інновацій та логістики присвятили свої дослідження такі науковці, як Л.М. Болдирєва [1], Х.М. Беспалюк [2], С. В. Гармаш [3], Є.В. Крикавський [4], Т.В. Наконечна [4], О.Є. Кузьмін [5], Р.А. Патора [6], Н.І. Чухрай [6; 7] та ін. У їхніх роботах актуалізується проблематика забезпечення ефективності логістичних процесів. Однак питання впливу сучасних технологій на логістичну систему потребує подальших досліджень.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Націленість держави на створення інноваційної моделі розвитку України підвищує необхідність стимулювання та ефективного впровадження інноваційних технологій у логістичні процеси на промислових підприємствах.

Протягом останніх років під впливом глобалізаційних процесів розвиток науки і техніки є безперервним, як наслідок, з'являються нові винаходи, що можуть бути залучені для підвищення ефективності логістичної діяльності промислових підприємств. Постає необхідність дослідження цих технологій. Саме тому обрана тема дослідження заслуговує на увагу та потре-

буе вивчення, що надалі буде мати практичне застосування.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає у вивченні теоретичних і методологічних рішень упровадження інноваційних технологій в логістичні процеси промислових підприємств, а також дослідження сучасних інноваційних технологій, які трансформують індустрію логістики в найближчі роки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для промислових підприємств логістична діяльність має важливе значення, адже за її рахунок можна досягти конкурентних переваг та зміцнити своїх позиції на ринку. Головне завдання логістики полягає в ефективному оперуванні потоками матеріальних, трудових, фінансових, інтелектуальних, інформаційних та енергетичних ресурсів.

Поняття логістики передбачає створення інтегрованої виробничо-торговельно-транспортної системи, яка би забезпечувала доведення потрібного товару в необхідній кількості в обумовлені місце і час із мінімальними витратами [1]. Інструментом для реалізації такого завдання є використання інновацій.

Взаємозв'язок логістики та інновацій проявляється в трьох основних напрямах (рис. 1.1):

1) логістика для інновацій – цей напрям передбачає використання логістики для оптимізації інноваційної діяльності, щоб забезпечити її підтримку та ефективність;

2) інноваційна логістика – для більшості підприємств або організацій впровадження логістики (або її окремих напрямків) вже є інноваційною діяльністю;

3) інновації в логістиці – характеризуються потребую логістики у впровадженні новітніх технологій [3].

Нашої уваги заслуговує третій напрям, а саме застосування інновацій у логістиці.

Розглянемо тлумачення терміна «інновації». Вперше поняття «інновація» ввів австрійський учений Йозеф Шумпетер (1883–1950 рр.). У роботі «Теорія економічного розвитку» (1911 р.) Шумпетер уперше розглянув питання впливу інновацій на розвиток і дав визначення інноваційного процесу. На його думку, «інновація – це зміни, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції тощо як засіб підприємця для отримання прибутку» [8]. Таким чином, за часів Шумпетера інновація була головним джерелом прибутку, а він, у свою чергу, стимулом для впровадження новацій. Але з тих часів багато чого змінилося. Нині інновацію розглядають як необхідну умову підвищення якості та конкурентоздатності продукції.

Згідно із ЗУ «Про інноваційну діяльність», «інновації – це 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» [9].

Як економічна категорія інновація – не лише нововведення, це також нова функція виробництва, що має історичне значення і є необхідною для його розвитку. Таким чином, можна дійти висновку, що термін «інновація» використовують у двох аспектах. По-перше, як визначення нового продукту або процесу, по-друге, для опису процесу, охоплюючи такі види діяльності, як дослідження, проектування, розроблення, організація виробництва та комерціалізація нового продукту, процесу або системи.

Використання інноваційних технологій в логістиці на підприємствах України зумовлена посиленням конкуренції на світовому та вітчизняному ринку, прагненням виробників отримати більші прибутки шляхом зменшення витрат, невпинного розвитку технологій тощо.

Однак під час здійснення інноваційних змін на підприємстві потрібно врахувати особливості його роботи, територіальне розміщення, політичну та економічну ситуацію в країні, менталітет людей, що там працюють. Слід також враховувати, що впровадження інновацій пов'язано з витратами, а також із непередбачуваними наслідками, тому необхідно прораховувати всі можливі наслідки.

Інновації в логістиці можна класифікувати за сферами їх застосування, а саме:

1. Інновації в постачанні ресурсів.
2. Інновації у перевезенні вантажів.
3. Інновації внутрішньовиробничої логістики.
4. Інновації у вантажопереробці, складуванні та зберіганні.
5. Інновації в управлінні запасами.

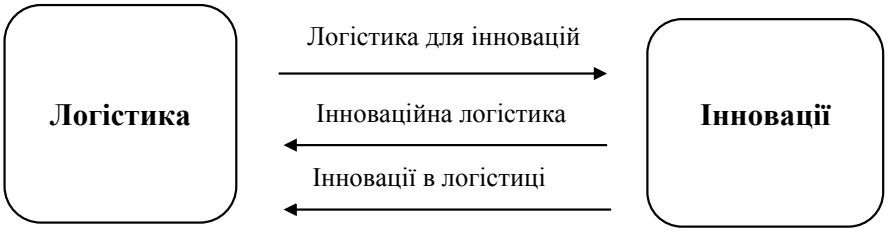


Рис. 1. Взаємозв'язок понять логістики та інновацій

Таблиця 1

Сучасні технології, які можна впровадити у логістичну діяльність

Назва технології	Переваги	Недоліки
3-D друк	1) 3-D друк дає можливість організувати виробництво продукції на місцях, що сприятиме розвитку регіонів; 2) більше не потрібно буде перевозити товар через півсвіту; 3) зникає необхідність виробляти та зберігати запасні запчастини для техніки, адже вони зможуть бути надруковані за потреби.	1) на сучасному етапі існують труднощі з якістю товарів; 2) більшість товарів не підходить для 3-D друку.
Дрони	1) можуть використовуватися не лише для контролю ситуації на складі, але й для доставки товарів до споживачів; 2) зможуть доставляти товар у місця з нерозвиненою інфраструктурою; 3) споживачі у реальному часі зможуть відстежувати товар у дорозі.	1) підвищення вартості доставки; 2) обмеженість доставки за вагою.
Роботи	1) роботи зможуть працювати разом з операторами складів; 2) зменшення відсотку браку у роботі; 3) зменшення витрат на оплату праці.	1) скорочення робочих місць призведе до страйків робітників.
Доповнена реальність	1) окуляри допоможуть сканувати штрих-коди та списки, в яких зазначено місцеперебування та місце доставки товару.	1) знаходиться на стадії тестування.
Інтернет речей (IoT)	1) допоможе контролювати діяльність складу, виробництва та інші процеси дистанційно; 2) допоможе контролювати роботу співробітників та обладнання, а також підвищити ефективність роботи.	1) вже використовується більшістю компаній, а отже, не буде створювати конкурентної переваги.

6. Інновації в розподілі/постачанні продукції замовником.

7. Інновації в логістичному менеджменті [1, с. 20].

Сьогодні такі компанії, як DHL, FedEx, United Parcel Service (UPS), General Logistics Systems (GLS), FIEGE Logistik та ін. є лідерами світового логістичного ринку. Вони є прикладом для інших. Саме в діяльності «великих гравців» на ринку зазвичай відбувається впровадження нових технологій, які покликані зменшити витрати та покращити діяльність компаній.

Для інноваційного розвитку невеликих підприємств не обов'язково потрібно шукати кардинальних змін, достатньо на основі вже створеної організації праці провести деяку модернізацію, що дасть можливість оптимізувати процес виробництва. Однак для великих компаній в умовах конкурентної боротьби за споживача потрібно вдаватися до більш кардинальних рішень.

Тому пропонуємо розглянути сучасні інноваційні технології, як змінять ринок логістичних послуг у найближчі роки (табл. 1).

Таким чином, за результатами таблиці можна дійти висновку про існування великої кількості інноваційних технологій, які допоможуть логістичним компаніям покращити ефективність роботи та прискорять час виконання замовлення.

Висновки. Логістичний бізнес – сфера, що вимагає постійного вдосконалення і розвитку. Тому для ефективної роботи та результативного функціонування логістичних ланцюжків і схем необхідні постійні інновації, пошук нових рішень. Сьогодні такими інноваційними рішеннями в діяльності логістичних компаній можуть стати: 3-D друк, дрони, роботи, окуляри доповненої реальності, а також інтернет речей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Болдирєва Л.М. Інновації в логістиці: теоретико-методологічні та практичні аспекти // Экономика Крыма. № 1 (34). 2011. С. 18–23.

2. Беспалюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 640. С. 14–23.

3. Гармаш С.В. Використання логістичного підходу до проектування системи управління інноваційно-інвестиційного процесу підприємства / С.В. Гармаш // Сборник научных трудов «Вестник НТУ «ХПИ»: Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2009. № 5. С. 126–129.

4. Крикавський Є.В. Особливості обслуговування клієн- тів виробничих підприємств / Т.В. Наконечна, Є.В. Крикавський // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2013. № 2. С. 41–44.

5. Кузьмін О.Є. Управління інноваційним процесом на підприємствах: проблеми і шляхи їх розв'язання / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Л.І. Мельник // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2005. № 2. С. 371–382.

6. Чухрай Н.І. Інновації та логістика товарів : монографія / Н. Чухрай, Р. Патора. Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2001. 264 с.

7. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2002. 316 с.

8. Schumpeter Josef Alois. Business Cycles: A Theoretical, Historical & Statistica Analysis of the Capitalist Process. N.Y.-L, 1939. 364 p.

9. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV. // Відомості Верховної Ради № 36 за 2002 р. С. 882–892.

УДК 658.628

ОПТИМІЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ЯК ІНСТРУМЕНТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТА НОМЕНКЛАТУРОЮ

OPTIMIZATION OF FORMING POPULAR PORTFOLIO AS A TOOL MANAGEMENT BY A PRODUCT ASSORTMENT AND NOMENCLATURE

Макаренко Н.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

У статті розглянуто й проаналізовано основні концептуальні підходи до формування оптимального товарного портфеля підприємства. Запропоновано під час формування асортименту застосовувати метод ABC– XYZ, що дає змогу виділяти ту частину товару, яка й представляє найбільший інтерес із погляду формування асортименту підприємства. Визначено перспективність застосування матриці Бостонської консалтингової групи, яка забезпечує можливість дослідити фінансову взаємодію асортиментних груп у межах бізнес-портфеля підприємства, визначити перспективи розвитку асортименту та знайти напрями підвищення його прибутковості.

Ключові слова: *товарний асортимент, номенклатура продукції, стратегія управління, товарний портфель, інноваційна політика, споживачі.*

В статье рассмотрены и проанализированы основные концептуальные подходы к формированию оптимального товарного портфеля предприятия. Предложено при формировании ассортимента применять метод ABC–XYZ, что позволяет выделять ту часть товара, которая и представляет наибольший интерес с точки зрения формирования ассортимента предприятия. Определена перспективность применения матрицы Бостонской консалтинговой группы, которая обеспечивает возможность исследовать финансовое взаимодействие ассортиментных групп в рамках бизнес-портфеля предприятия, определить перспективы развития ассортимента и найти направления повышения его доходности.

Ключевые слова: *товарный ассортимент, номенклатура продукции, стратегия управления, товарный портфель, инновационная политика, потребители.*

The article considers and analyzes the main conceptual approaches to the formation of an optimal product portfolio of the enterprise. It is proposed to use the ABC-XYZ method during the formation of the range, which allows allocating that part of the product, which is of the greatest interest in terms of the formation of the range of the enterprise. The prospects of using the matrix of the Boston Consulting Group, which provides an opportunity to explore the financial interaction of assortment groups within the business portfolio of the enterprise, determine the prospects for the development of the range and find ways to increase its profitability.

Key words: *assortment of products, nomenclature of products, strategy of management, commodity portfolio, innovation policy, consumers.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. На даному етапі розвитку економіки України все більшого значення у свідомості споживачів набуває наявність можливості вибору потрібного товару із запропонованого асортименту. У зв'язку із цим формування різноманітного складу та структури асортименту і номенклатури продукції є одним із головних напрямів діяльності кожного підприємства. Лідерство в конкурентній боротьбі одержує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці. У сучасних умовах конкуренції ринок визначає необхідний йому асортимент, тому завданням підприємства є задоволення попиту краще й ефективніше, ніж конкуренти. За неоптимальної структури асортименту відбувається зниження як потенційного, так і реального рівня прибутку, втрата конкурентних позицій на перспективних споживчих і товарних ринках, і, як наслідок, спостерігається зниження економічної стійкості підприємства. Отже, фор-

мування оптимального товарного портфеля як інструмента управління товарним асортиментом та номенклатурою, сприяючого оптимізації та збереженню бажаного прибутку на тривалий період часу, актуально для підприємств, що прагнуть бути конкурентоздатними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблеми формування та управління товарним асортиментом підприємств на теоретичному і методологічному рівнях досліджували Л.В. Балабанова, О.Я. Бозуленко, С.С. Гаркавенко, М.Г. Глєєва, С.М. Ілляшенко, Є.В. Крикавський, П.В. Кузнєцов, Н.В. Кузьминчук, А.П. Румянцев, А.О. Смолянінов, А.В. Троян, С.Ю. Хамініч та ін.

Однак окремі теоретичні та практичні аспекти формування системи управління асортиментом та номенклатурою продукції підприємств досліджено недостатньо повно.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою дослідження є визначення основних підходів до ефективного управління асортиментом та номенклатурою продукції на основі розроблення заходів щодо оптимального формування товарного портфеля підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Управління формуванням асортименту товарів на підприємстві є складним процесом, який здійснюється з урахуванням дії відповідних факторів. До загальних факторів, що впливають на формування асортименту, належать споживчий попит і виробництво товарів, а до специфічних – тип і розмір виробничого підприємства, його технічна оснащеність, умови товаропостачання, чисельність та склад населення, транспортні умови, наявність інших підприємств у зоні діяльності.

На формуванням асортименту товарів підприємства значний вплив мають інтереси самих споживачів, характеристики товарів, а також сучасні технології виробництва. Важливим є також і зворотній зв'язок «покупець – продавець», завдяки якому поліпшується фінансовий стан підприємства, збільшується попит на товари. Не менш значущим є чинник взаємної заміни товарів: якщо немає у продажі певного товару, то повинна бути йому заміна, і споживач залишиться задоволеним. Ще одним суттєвим фактором є ціна товару. На підприємстві повинно бути співставлення товарів із різними цінами, завдяки якому споживач може вибрати той товар, який йому найбільше підходить [88, с. 145].

Під час контролю над формуванням асортименту товарів доцільним є моніторинг стану економічної стійкості підприємства за системою показників, які поряд із фінансовою, ринковою, діловою, управлінською, кадровою оцінюють також й асортименту стійкість підприємства. Запровадження такого моніторингу сприятиме розробленню ефективних управлінських рішень для збереження чи підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку загалом й у своєму сегменті зокрема. Для аналізу бізнес-портфеля скористаємося матрицею Бостонської консалтингової групи (Boston Consulting Group), або «матрицею зростання», що дає змогу оцінити позиції компанії на основі комбінації значень двох показників: темпів зростання ринку, на якому діє підприємство, та відносної ринкової частки.

Етапи побудови матриці БКГ:

1. Вибір критерію структурування бізнес-портфеля.

2. Розрахунок пропорційних часток продаж окремих елементів у загальному портфелі шляхом перерахунку фактичних обсягів продаж у відносні (частіше за все використовують діаметр або площу кола, відповідні кожній одиниці портфеля). Діаметр кола відповідає частці кожної одиниці в обсязі продаж усього портфеля (табл. 1).

3. Для кожної одиниці портфеля визначаємо відносну ринкову частку (показник, який характеризує конкурентне становище підприємства на ринку) за формулою (табл. 2):

$$ВРЧП=РЧП/РЧК, \quad (1)$$

де ВРЧП – відносна ринкова частка підприємства;

РЧП – ринкова частка підприємства;

РЧК – ринкова частка найсильнішого конкурента.

Згідно з проведеними дослідженнями, підприємство ТОВ «Керамейя» є беззаперечним лідером у галузі з виробництва клінкерної цегли та бруківки, що й підтвердив показник відносної

Таблиця 1

Розрахунок діаметру кола

Вид продукції	Обсяг реалізації продукції ТОВ «Керамейя», тис. грн	Частка певного СГП у загальному обсязі продажу підприємства, %
Клінкерна керамічна цегла	111026	46,8
Клінкерна керамічна бруківка	88963	37,5
Керамічні поризовані блоки	31078	13,1
Цегла ручного формування	6168	2,6
Всього по підприємству	237235	100,0

Джерело: ф.2, інформація відділу збуту, власні розрахунки

ринкової частки, який більше одиниці – 1,4 та 1,3 відповідно. Наближення до лідерства спостерігається по поризованих блоках і цеглі ручного формування, але воно незначне – лише 0,9, оскільки дану продукцію на ринку виготовляє безліч підприємств і вона не вимагає складного технологічного обладнання.

4. Визначення для кожної одиниці портфеля поточних темпів росту ринку, а також прогнозних темпів зростання ринку (табл. 3).

5. Розроблення моделі та її заповнення. Визначаємо діапазон зміни розмірів ринку збуту. Згідно з розрахунками табл. 3, мінімальне значення – 2%, а максимальне – 12%. Цей діапазон відкладаємо на вертикальній вісі матриці БКГ, а по горизонтальній вісі БКГ відкладаємо діапазон зміни відносної ринкової частки стратегічних господарських одиниць компанії (від найбільшого до найменшого). Поле матриці поділимо на чотири частини. Розподільні лінії проходять через середні значення діапазонів, відкладених по осях координат. По горизонтальній осі – 1%, по вертикальній – 6%. Кожний СГП відзначаємо на полі матриці згідно з координатами відносної частки ринку й темпами зростання його ринку збуту. Позицію кожного СГП у матриці показуємо у вигляді кола, діаметр якого дорівнює питомій вазі СГП у загальному обсязі реалізації підприємства. Матриця БКГ подана на рис. 1.

«Важкі діти». СГП, які потрапили у це поле, діють на перспективних ринках, але становлять невелику ринкову частку. Вони споживають значні фінансові ресурси підприємства. Такі СГП можуть перейти до розряду «зірок» і «дійних корів», у такому разі їх слід підтримувати. Якщо ж на підприємстві немає коштів, то доцільно буде вилучити дані групи товарів зі складу портфеля. Звичайно, рішення про доцільність цього має ґрунтуватися на точних економічних розрахунках. Ці СГП є проблемними. У дослідженні – це СГП, що виробляє цеглу ручного формування. Рекомендована стратегія – інтенсифікації зусиль, тобто інвестування коштів у розвиток СГП.

«Зірки». Це СГП із високою ринковою часткою на інтенсивно зростаючих ринках. Потребують значних витрат на збут, однак і рівень доходів досить значний, оскільки ці товари лідирують на своїх ринках. Від наявності «зірок» у підприємства залежить загальний стан його бізнес-портфеля. Якщо динаміка ринків збуту характеризується уповільненням темпів зростання (або їх зменшенням), вони переходять у розряд «дійних корів». У дослідженні – це СГП, що виробляє клінкерну керамічну бруківку. Рекомендована стратегія – підтримання конкурентних переваг, оскільки даний СГП становить значну частку в складі бізнес-портфеля підприємства.

«Дійні корови». Це СГП із високою ринковою часткою, які мають стабільні позиції на ринках із невисокими темпами розвитку. «Дійні корови» приносять більше, ніж у них інвестують. Ці СГП найбільш цінні, оскільки від них залежить фінансовий стан підприємства. Вони дають можливість генерувати кошти на розвиток проблемних СГП. В умовах жорсткої конкуренції «дійні корови» можуть перейти до розряду собак. У дослідженні – це СГП, що виробляють клінкерну керамічну цеглу. Рекомендовані стратегії – підтримання конкурентних переваг та стратегія «збору врожаю» відповідно. Це пов'язано з тим, що клінкери становлять значну частку в обсягах продажу ТОВ «Керамейя».

«Собаки». Це продукти з невеликою ринковою часткою й низькими темпами зростання ринку. Такі продукти не приносять доходу, а тільки поглинають ресурси компанії. Для ефек-

Таблиця 2

Результати розрахунку відносної ринкової частки ТОВ «Керамейя» за видами продукції

Вид продукції	Ринкова частка ТОВ «Керамейя», %	Ринкова частка найсильнішого конкурента в галузі, %	Відносна ринкова частка ТОВ «Керамейя», %
Клінкерна керамічна цегла	39,4	28,2	1,4
Клінкерна керамічна бруківка	33,7	25,6	1,3
Керамічні поризовані блоки	21,8	23,3	0,9
Цегла ручного формування	17,2	18,9	0,9

Джерело: власні дослідження і розрахунки

Таблиця 3

Вихідні дані

Вид продукції	Обсяг реалізації продукції,	Місткість ринку, тис. грн.	Темпи зростання ринку, %
Клінкерна керамічна цегла	111026	281791	2,0
Клінкерна керамічна бруківка	88963	263985	8,0
Керамічні поризовані блоки	31078	142560	12,0
Цегла ручного формування	6168	32635	3,0

Джерело: власні дослідження і розрахунки

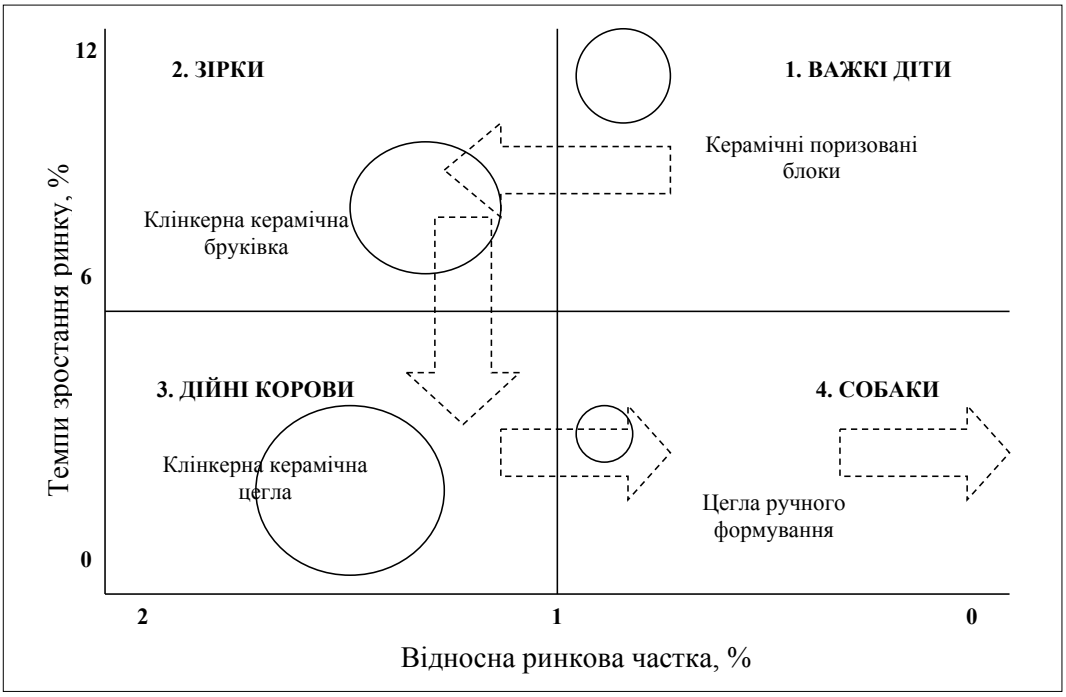


Рис. 1. Матриця Бостонської консалтингової групи для ТОВ «Керамейя»

Джерело: побудовано автором

тивного розвитку від них рекомендується позбуватися або мінімізувати їх наявність у товарному асортименті підприємстві. Їх слід виводити з ринку, якщо спеціалісти з маркетингу не вбачають перспектив розвитку. Утримання цих товарів потребує значних витрат. У дослідженні – це СГП, що виробляє цеглу ручного формування. Рекомендована стратегія – стратегія елімінації, тобто вилучення зі складу бізнес-портфеля. Доцільно зосередити зусилля на більш привабливих СГП.

У сучасних умовах вибір ефективної асортиментної політики є важливим завданням, від вирішення якого залежить рівень ефективності підприємств. Суть процесу формування асортименту полягає у плануванні фактично всіх видів діяльності, спрямованих на відбір продуктів для майбутнього виробництва й реалізації на ринку. Цей процес безперервний, він триває протягом усього життєвого циклу продукту починаючи з моменту виникнення задуму та закінчуючи вилученням із товарної програми. Під час формування асортименту враховуються такі фактори: рівень техніки та технології виробництва; можливості створення нового виробництва; наявності управлінських кадрів та кваліфікаційного персоналу на всіх ланках виробничого циклу; наявність стійких зв'язків із постачальниками [1, с. 8].

Формування асортименту може здійснюватися різними методами, залежно від масштабів збуту, широти асортименту, специфіки готової продукції, цілей і завдань, що стоять перед виробником. Серед методів формування асортименту найбільш доцільним для підприємства ТОВ «Керамейя» є АВС-аналіз. Ідея методу АВС–XYZ-аналізу ґрунтується на підставі принципу Паретто: за більшість можливих результатів відповідає відносно невелике число причин. Розглянемо даний метод на прикладі досліджуваного підприємства. Проведемо АВС-аналіз для керамопродукції, що виготовляється на підприємстві. Подібний аналіз дасть змогу виділити ту частину товару, яка й представляє найбільший інтерес із погляду формування асортименту (табл. 4).

Згідно з проведеним АВС-аналізом керамопродукції до групи А увійшли такі види продукції підприємства, як керамічна цегла і керамічна бруківка, що є обґрунтованим, оскільки саме на даних видах продукції спеціалізується компанія, і в сукупності становлять 84,3%. До груп В і С увійшли по одному виду продукції – поризовані блоки і цегла ручного формування, виручка від продажу яких є значно меншою, ніж від реалізації товарів, що увійшли до групи А. Для повноти аналізу, додатково до АВС-аналізу, проводять уточнення за XYZ-методикою, призначеною для вивчення стабільності показників. Якщо АВС-аналіз дає змогу визначити внесок конкретного елементу у підсумковий результат, то XYZ-аналіз визначає відхилення й нестабільність збуту (табл. 5).

Група X – об’єкти з високим рівнем стабільності та можливістю точного прогнозування (коефіцієнт варіації – до 20%); група Y – об’єкти

Таблиця 4

Формування товарного асортименту підприємства за методом ABC–XYZ-аналізу

Продукція	2014 р.		2015 р.		2016 р.		Група
	дохід від реалізації тис. грн.	частка в загальному обсязі, %	дохід від реалізації тис. грн.	частка в загальному обсязі, %	дохід від реалізації тис. грн.	частка в загальному обсязі, %	
Клінкерна керамічна цегла	60085	42,7	81659	39,2	111026	46,8	A 84,3%
Клінкерна керамічна бруківка	58819	41,8	93950	45,1	88963	37,5	
Керамічні поризовані блоки	21811	15,5	29789	14,3	31078	13,1	B 13,1%
Цегла ручного формування	-	-	2917	1,4	6168	2,6	C 2,6%
Всього по підприємству	140715	100,0	208315	100,0	237235	100,0	-

Джерело: ф.2, інформація відділу збуту, власні розрахунки

Таблиця 5

Формування товарного асортименту підприємства за методом XYZ-аналізу

Продукція	Частка в загальному обсязі реалізації продукції, %			Структурні зміни, +-	Група
	2014 р.	2015 р	2016 р.		
Клінкерна керамічна цегла	42,7	39,2	46,8	4,1	Z (до 20%)
Клінкерна керамічна бруківка	41,8	45,1	37,5	-4,3	
Керамічні поризовані блоки	15,5	14,3	13,1	-2,4	
Цегла ручного формування	-	1,4	2,6	2,6	
Всього по підприємству	100,0	100,0	100,0	-	-

Джерело: ф.2, інформація відділу збуту, власні розрахунки

із середнім рівнем стабільності та середньою ймовірністю прогнозування (коефіцієнт варіації – від 20 до 50%); група Z – нестабільні об'єкти з низьким рівнем прогнозованості (коефіцієнт варіації – від 50%). По підприємству весь товарний асортимент формує лише одну групу Z, оскільки значних коливань у структурі товарної продукції за досліджуваний період не відбулося, тобто коефіцієнт варіації не перевищував 20%.

Ураховуючи можливість отримання результатів унаслідок застосування двох методик, варто комбінувати ABC- та XYZ-аналіз для підвищення ефективності системи управління товарним асортиментом та клієнтською базою підприємства; підвищення частки високоприбуткових товарів без порушення принципів асортиментної політики; виявити ключові товари та причини, що впливають на кількість товарів, що зберігаються на складах.

Метод ABC дає змогу більш ефективно керувати накладними витратами, оскільки створює можливість для аналізу причин виникнення витрат у рамках підприємства. Застосування методу дає змогу більш точно визначити не тільки рентабельність окремих видів продукції, а й вигідність клієнтів, сегментів ринку, каналів збуту [25, с. 13].

Слід зазначити, що ефективність управління асортиментом залежить від того, наскільки регулярно вона проводиться. Структура асортименту повинна переглядатися приблизно раз на півроку, а за зміни маркетингової політики – негайно. Крім управління наявним асортиментом, необхідно брати до уваги перспективи виведення на ринок нових продуктів і вже на етапі планування варто враховувати, який вплив на діяльність компанії вчинить просування на ринок нового товару.

Розгляд асортименту продукції є невідривним від вивчення темпів його розширення й оновлення. Перше пов'язують із розширенням кольорової, якісної та з іншої гами керамопродукції; збільшенням параметричних рядів виробів за рахунок випуску їх спрощених та спеціалізованих варіантів або різного типу зовнішнього оформлення. Є й деякі інші способи простого розширення асортименту продукції. Зрозуміло, що навіть просте розширення асортименту ускладнює процес виробництва, обліку та контролю, дещо збільшує виробничі витрати. Але водночас це випробуваний засіб зміцнення ринкових позицій підприємства, освоєння нових сегментів ринку і залучення нових споживачів.

За наявності додаткової інформації корисним для оцінки асортименту є розрахунок допо-

міжних показників – кількості застарілих зразків продукції, яку випускає підприємство, та відповідної частки обсягу товарної продукції. Бажано з'ясувати причини такого становища, указати винних, розробити рекомендації для керівництва підприємства для поліпшення асортиментної ситуації. Аналіз виконання поточних завдань з асортименту продукції слід доповнити дослідженням основних показників у динаміці (табл. 6).

Проведені дослідження показали, що коефіцієнт оновлення товарного асортименту коливається по видах продукції. Його підвищення спостерігається по керамічній цеглі (на 0,036 ум. од.), а по інших групах цей показник має тенденцію до зниження, оскільки як по бруківці, так і по

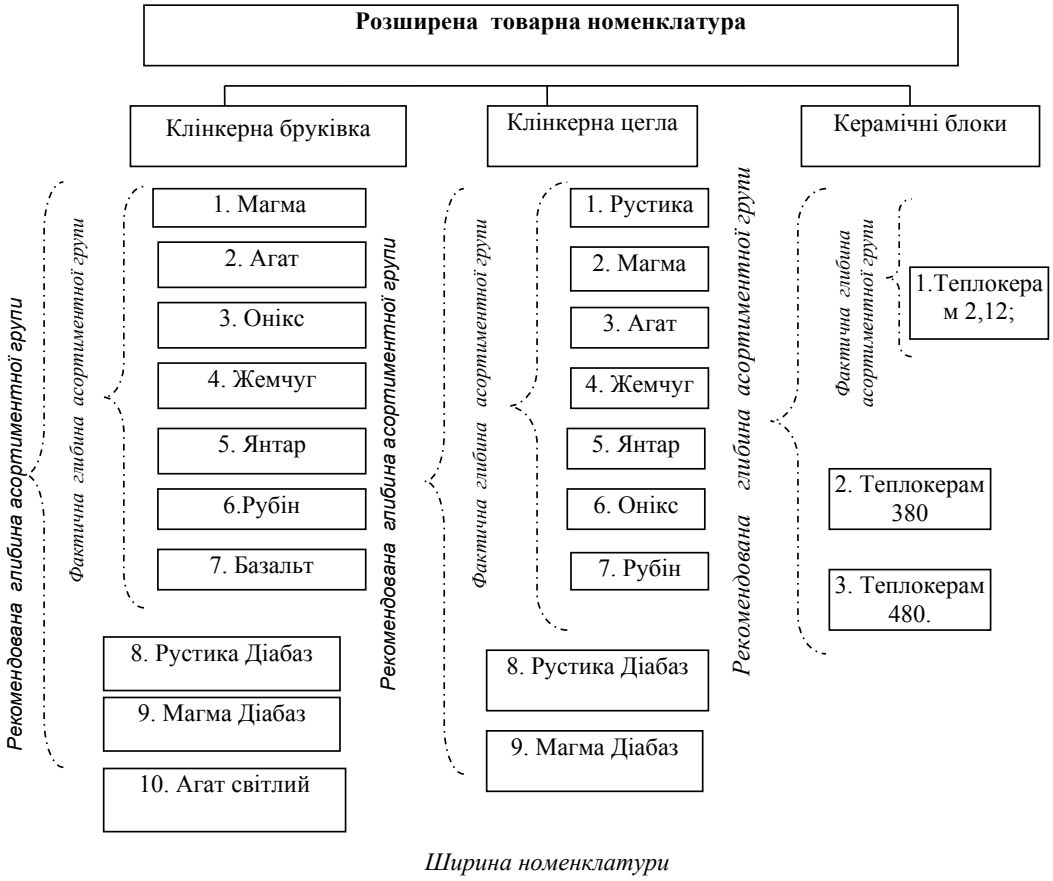


Рис. 3. Скоригована структура товарної номенклатури підприємства

Джерело: розроблено автором

Таблиця 6

Динаміка оновлення товарного асортименту підприємства

Показники	2014 р.	2015 р	2016 р.	Відхилення +,-
Клінкерна керамічна цегла				
1. Кількість найменувань продукції на початок	4,0	5,0	7,0	3,0
2.Кількість найменувань нової продукції	1,0	1,0	2,0	1,0
3. Коефіцієнт оновленості товарного асортименту	0,250	0,200	0,286	0,036
Клінкерна бруківка				
1. Кількість найменувань продукції на початок	4,0	6,0	7,0	2,0
2.Кількість найменувань нової продукції	2,0	2,0	3,0	1,0
3. Коефіцієнт оновленості товарного асортименту	0,500	0,334	0,428	-0,071
Поризовані керамічні блоки				
1. Кількість найменувань продукції на початок	3,0	4,0	5,0	2,0
2.Кількість найменувань нової продукції	1,0	-	1,0	1,0
3. Коефіцієнт оновленості товарного асортименту	0,334	-	0,250	-0,084

Джерело: асортиментний каталог підприємства, розрахунки автора

пористих блоках оновлення відбувалося не так активно через нижчий попит.

Наведені в табл. 6 дані свідчать про те, що увага до вдосконалення асортименту продукції на підприємстві є обґрунтованою. Темпи оновлення асортименту продукції з кожним роком прискорюються, що поступово призводить до розширення основної частки продукції, а отже, до зростання конкурентоспроможності підприємства на ринку, тому вдосконалення товарної номенклатури доцільно здійснювати за рахунок уведення у виробництво нових видів окрасу бруківки і цегли та щільності керамічних блоків (рис. 3).

У результаті проведених досліджень слід запропонувати заходи, які підвищать ефективність управління асортиментом на підприємстві ТОВ «Керамейя», зокрема: диверсифікувати асортимент керамопродукції, забезпечити необхідну прибутковість за рахунок збільшення асортименту та досягнення економічної потужності виробництва, забезпечити високу якість товарів і посилити увагу до сертифікації і стандартизації, сировини, готової продукції та системи якості та забезпечити інноваційну та інвестиційну привабливість асортименту.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведення оцінки асортиментної позиції компанії на основі комбінації значень темпів зростання ринку, на якому діє підприємство, та відносної ринкової частки сприяє розробленню ефективних управлінських рішень для збереження чи підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку загалом й у своєму сегменті зокрема. Проведена оцінка складу та стану бізнес-портфеля компанії згідно з матрицею Бостонської консалтингової групи, яка забезпечує можливість дослідити фінансову взаємодію асортиментних груп у межах бізнес-портфеля підприємства, вказує на стратегічні рішення як для інвестування та розширення, так і для ліквідації певних асортиментних груп і пояснює, чому пріоритети розподілу ресурсів різні для різних господарських підрозділів. Використовуючи методи формування асортименту, підприємство може визначити перспективи розвитку асортименту на найближчий період, знайти напрями підвищення його прибутковості, опрацювати різні стратегії підтримки або відновлення балансу свого продуктового портфеля.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Абрамович І.А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип.12. Ч. 1. С. 6–9.
2. Бозуленко О.Я. Формування асортименту товарів як стратегічний елемент комерційної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 4. С. 294–297.
3. Глєєва М.Г., Зозульов О.В. Класифікація методів формування оптимального товарного портфеля компанії. URL: http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2008_16.pdf.
4. Громовик Б. Управление товарным ассортиментом фармацевтического предприятия с помощью ABC- и XYZ-анализа. Провизор. 2012. № 27. С. 13–14.
5. Офіційний сайт ТОВ «Керамейя». URL: www.kerameya.com.ua.
6. Рогоза М.Є., Вергал К.Ю. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 136 с.
7. Смольянінов А. Методи аналізу асортиментного портфеля підприємства. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2963.
8. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка. 2014. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua.

УДК 658.012.32:004.4(076.5)

СТВОРЕННЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ПРОГРАМИ НА БАЗІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

CREATING A VOLUNTEER PROGRAM BASED ON A PROCESS APPROACH

Момот В.М.
кандидат технічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Мормило Х.В.
магістр,
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Статтю присвячено створенню волонтерської програми на основі процесного підходу. Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що добре складена програма роботи волонтерських груп здатна ефективно функціонувати за умов діяльнісної цілеспрямованості, високої мотивації волонтерів до допомоги, безоплатності, а також застосування процесного підходу в роботі. Дана проблематика актуальна в умовах сучасності й має багатогранний характер.

Ключові слова: *безоплатність, волонтер, волонтерська діяльність, доброволець, добровольчий центр, програма, процесний підхід, мотивація, суспільство.*

Статья посвящена созданию волонтерской программы на основе процессного подхода. Проведенное исследование позволяет утверждать, что хорошо составленная программа работы волонтерских групп способна эффективно функционировать в условиях деятельностной целеустремленности, высокой мотивации волонтеров к помощи, бесплатности, а также применению процессного подхода в работе. Данная проблематика актуальна в условиях современности и имеет многогранный характер.

Ключевые слова: *безвозмездность, волонтер, волонтерская деятельность, доброволец, добровольческий центр, программа, процессный подход, мотивация, общество.*

This article is devoted to the creation of a volunteer program based on the process approach. The conducted research allows to state that a well-designed program of work of volunteer groups is able to function effectively in conditions of activity-oriented commitment, high motivation of volunteers to help, free of charge, and application of the process approach in work. The given problem is actual in the conditions of the present and has a multifaceted character.

Key words: *gratuitousness, volunteer, volunteer activity, volunteer, volunteer center, program, process approach, motivation, society.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. На тлі загострення соціально-економічної ситуації в Україні відбувається підвищення громадської активності та ріст різноманітних соціальних ініціатив. Особливо помітним є сплеск волонтерської діяльності у напрямі підтримки воїнів ВСУ, надання соціально-психологічної підтримки пораненим, біженцям, постраждалим, сім'ям загиблих шляхом самоорганізації активної частини населення. Більшість волонтерів не належить до певної організації, а планує власну діяльність самостійно, на власний розсуд. Набутий досвід є надзвичайно цінним із погляду розвитку громадянського суспільства в Україні, а його дослідження та пошук шляхів подальшого використання є одним із головних завдань як науковців, так і представників системи державного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Розрізняють два підходи до створення і функціонування волонтерських організацій. Волонтерський рух в Україні на сучасному етапі є проявом певної зрілості громадянського суспільства в Україні, доповнює функції державних органів, сприяє стабілізації та регулюванню суспільних відно-

син в умовах децентралізації [1]. Великій частині волонтерських організацій притаманна відсутність формального характеру діяльності, присутній високий рівень ініціативності та незалежності діяльності волонтерських структур. Волонтерські ініціативи є вимушеними як наслідок неефективності державних інституцій або обмеженості ресурсів держави. Волонтерські структури створюються як організації громадянського суспільства, що професійно задовольняють певні потреби суспільства [2–4], тому перший підхід – чисто інтуїтивний. У літературі найчастіше розглядаються питання планування волонтерської групи [9] та психологічні аспекти організації роботи волонтерів [10].

З іншого боку, під час планування та реалізації соціальних проектів застосовується проектний підхід, який дає змогу планувати, визначати фокус, ставити цілі й завдання, розуміти потребу в ресурсах і працювати на результат [5; 6]. Але автори не розповсюджують теорію проектного аналізу на волонтерські проекти.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котримприсвячується означена стаття. Досі в управлінні фактично панує функціональний підхід. Тобто вважається, що організація – це певний механізм, який має набір функцій. Ці функції розподіляються серед підрозділів, де їх виконують співробітники. Виконуючи свої вузькоспеціальні завдання, співробітники перестають бачити кінцеві результати праці всього підприємства й усвідомлювати своє місце в загальному ланцюжку. Така система змушує персонал добре виконувати функції, але не орієнтує на досягнення результату. Під час розгляду питання створення волонтерського проекту найбільше уваги приділяється питанням організації відбору, тренінгів, психологічного розвантажування волонтерів, але майже не приділяється уваги питанням формування волонтерського проекту як цілісного набору процесів.

Але адже саме результативність проекту – міра його успіху. З погляду процесного підходу організація постає як набір процесів. І управління стає управлінням процесами. Кожен процес при цьому має свою мету. Керуючи процесами і постійно їх удосконалюючи, організація домагається високої ефективності своєї діяльності. Волонтерський рух є одним із різновидів організацій, йому притаманні всі риси організацій і є можливість використовувати для них підходи до управління менеджментом організацій.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є систематизація досвіду з організації волонтерських програм та розгляд можливості використання методів та інструментів проектного менеджменту для створення оптимальної волонтерської програми в умовах добровольчого центру.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Управління волонтерською програмою вимагає створення певних усталених правил і процедур. Процес створення волонтерської програми може бути досить простим, якщо використовувати розроблену схему з усіма можливими структурними елементами, випробуваними на практиці. Звичайно, кожна організація має свою специфіку і потреби у волонтерській допомозі, які впливають на розроблення волонтерських програм. Вони мають різні мету, завдання, терміни виконання, обсяги роботи, проте загальна структура у них практично однакова.

Якщо розглядати волонтерську організацію як різновид звичайної організації, то можна сказати, що в основі управління нею повинні бути покладені основні функції менеджменту. Згідно з процесним підходом, виділяють чотири основні функції управління: планування, організацію, мотивацію і контроль. Тобто під час управління волонтерською групою ці функції повинні бути присутні.

На нашу думку, можна виділити такі етапи створення волонтерської програми (рис. 1).

Ефективне планування починається з визначення місії служби або організації. Місія – це визначення призначення організації, її основної мети. Тільки визначивши мету, можна розробити комплекс дій, спрямованих на її досягнення. Волонтерську програму треба розглядати як інтегруючу частину прагнення виконати гуманну місію. Ефективна волонтерська програма проявляється у зусиллях залучених до роботи та визнанні важливості їхнього внеску в досягнення.

Перший крок у конструюванні волонтерської програми полягає у визначенні того, чому організація хоче залучити волонтерів. Визначення потреб організації у волонтерах можна вважати складником розроблення стратегії і тактики діяльності організації у наданні різних послуг населенню. Міру усвідомленості даної потреби можна визначити як рівень розуміння керівництвом організації доцільності використання людських ресурсів для вирішення окремих проблем чи завдань у професійній діяльності.

Ефективність діяльності організації істотно залежить від адекватного визначення та оцінки потреб. Заявляти про потребу у волонтерах означає заявляти про те, що їй необхідні людські ресурси, чи організація потребує допомоги. Аналіз і оцінка у визначенні потреб організації у волонтерах надзвичайно важлива під час проведення заходів та необхідного залучення до цих заходів волонтерів.

Але передусім організації варто замислитися над тим, чи потребують її працівники волонтерської допомоги. Розрізняють два підходи до виявлення потреби організації у волонтерах: внутрішньоорганізаційний та проектний.

Внутрішньоорганізаційний підхід ґрунтується на основі аналізу її діяльності для забезпечення

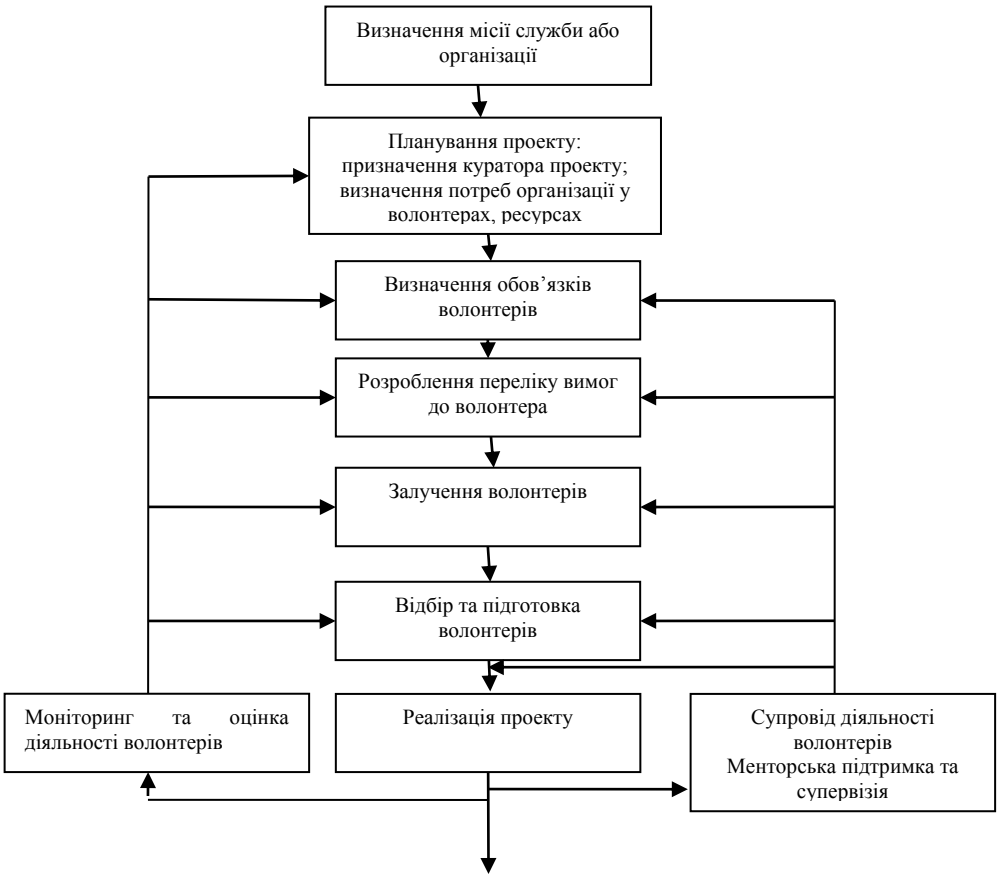


Рис. 1. Процес управління волонтерським проектом

стійкого функціонування, тому, періодично здійснюючи стратегічне планування, працівники організації аналізують сильні та слабкі моменти у власній роботі, визначають проблемні місця та їх причини. Якщо ж ці проблеми пов'язані з функціоналом спеціалістів, то визначаються причини невиконання певних функцій, визначається, чи може працівник нейтралізувати їх самостійно чи потребує перерозподілу функціональних обов'язків або допомоги волонтера. І лише після такого аналізу, де можливо, буде визначено потребу у волонтерах, доцільно переходити до планування їх набору.

Проектний підхід можна описати як процедуру планування, розподілу та регулювання ресурсів (трудових, матеріальних і обладнання) з урахуванням усіх обмежень даного проекту (технічних, бюджетних і часових) [8].

Планування дає змогу керівництву організації та співробітникам визначити свої очікування від роботи волонтерів, дає можливість досягти єдиного розуміння цілей залучення волонтерів, визначити завдання співробітників під час роботи з волонтерами і вже заздалегідь передбачити й усунути можливі неясності і проблеми.

Завдання планування полягають у тому, щоб:

– визначити, у чому полягатиме роль волонтерів в організації, в яких саме сферах діяльності будуть задіяні волонтери і чим саме вони будуть займатися;

– знайти найбільш підходящі види діяльності для волонтерів з урахуванням потреби організації та самих волонтерів та інших зацікавлених сторін;

– визначити, скільки необхідно волонтерів для того чи іншого виду діяльності для реалізації програми;

– передбачити і мінімізувати можливі ризики, пов'язані із залученням волонтерів;

– визначити, які саме навчання і підтримка необхідні волонтерам;

– визначити, які ресурси необхідні для того, щоб волонтери могли здійснювати свою діяльність, знайти джерела цих ресурсів.

Окрім того, потрібно визначити, який вільний час мають у своєму розпорядженні волонтери. Справа в тому, що, як правило, для волонтерів навчання або робота є основною (пріоритетною) діяльністю. Крім того, у них є й інші інтереси, а також родина і друзі, тому волонтерській роботі вони можуть присвятити лише частину свого вільного часу.

Далі потрібно вирішити, хто буде здійснювати і контролювати роботу волонтерів. В організації повинна бути людина, яка відповідає за роботу з волонтерами у цілому. Назва посади

людини, що здійснює керівництво роботи волонтерів, може бути різною: директор волонтерських програм, менеджер по роботі з волонтерами, керівник волонтерів. Організація повинна уявляти, скільки часу буде займати ця робота і в чому саме полягатиме. Волонтеру також необхідно знати, хто відповідає за ту чи іншу діяльність в організації, тобто до кого він може звернутися і перед ким він несе відповідальність за виконувану ним роботу. Частіше за все цю посаду називають «координатор проекту (групи)». Волонтерська група завжди будується навколо свого лідера, у нашому разі – навколо лідера, який володіє певними повноваженнями і ресурсами.

До його обов'язків, звичайно, входять питання матеріального забезпечення роботи волонтерської групи і загальна координація роботи і планування. Координатор повинен задавати напрям роботи, визначати кінцеву мету і створювати творче позитивне середовище, де кожен волонтер буде мати велику свободу і повноваження, при цьому розуміючи межі цієї свободи. Не справа координатора постійно говорити, що конкретно потрібно зробити.

Успішність проекту загалом лежить на плечах координатора проекту. Координатор не повинен контролювати кожного (це чисто технічно неможливо і навіть шкідливо), він покликаний довіряти своїм волонтерам, але при цьому відповідає за те, щоб волонтери його групи дотримувалися певних рамок.

У цілому можна виділити такі завдання/перелік обов'язків координатора роботи з волонтерами:

– планування та здійснення набору волонтерів;

– визначення, в яких сферах діяльності будуть задіяні волонтери;

– підготовка опису роботи для кожної волонтерської посади;

– проведення співбесіди, відбір і закріплення волонтерів за видами діяльності та безпосередніми керівниками;

– планування та здійснення орієнтації і навчання волонтерів;

– пошук і надання волонтерам ресурсів для роботи;

– ведення повсякденної реєстрації роботи волонтерів (волонтерської документації);

– поширення серед громадськості інформації про діяльність волонтерів та підтримка зв'язків з іншими організаціями та донорами;

– підтримка волонтерів у міру необхідності (додаткове навчання, консультування, інформація);

– оцінка організації роботи з волонтерами.

Формуючи проектну команду, координатор проекту прагне реалізувати такі цілі:

– поєднати навички, вміння, здібності виконавців і, відповідно до часу, розподілити між членами проектної команди їх завдання;

– конструктивно вирішувати проблеми, ефективно і зважено приймати управлінські та виробничі рішення, аналізувати рішення, що приймаються ззовні (наприклад, керівництвом, замовником), накопичувати і зберігати ідеї, поради, проблеми та досвід їх вирішення;

– надати можливість швидко й відкрито обмінюватися інформацією щодо проекту, реагувати на зміни та ініціювати нововведення; краще координувати стосунки між функціональними підрозділами;

– підвищувати відповідальності і відданість членів команди, створюючи практику сприяння участі працівників у спільній постановці цілей, плануванні діяльності команди, аналізі результатів виконання проектів; організувати управління і контроль над роботою кожного учасника групи іншими колегами;

– дати можливість учасникам проекту спробувати себе в новій ролі, отримати нові знання та навички, вирішувати незвичайні, унікальні завдання, реалізувати нові грані своєї особистості.

На координатора лежить тягар відповідальності. Він свого роду гарант роботи групи і допомоги підопічним.

Наступним кроком повинне бути розроблення системи залучення та навчання волонтерів, визначення їх ролі і посадових обов'язків, механізмів комунікації та звітності, правила техніки безпеки, а також критерії оцінки організації та здійснення роботи волонтерів. Визначення ролі волонтерів, розроблення їх посадових обов'язків, питання комунікації та звітності багато в чому залежать від моделей організації роботи волонтерів, які використовуються організацією.

Плануючи систему залучення та навчання волонтерів, ми вже знаємо, на яку конкретно роботу і скільки волонтерів нам необхідно, уявляємо, хто буде займатися волонтерами, тобто здійснювати набір, співбесіду, навчання, керівництво й оцінку, тому нам залишається відповісти на такі питання:

– які методи будуть використані для набору волонтерів;

– на який термін (короткий, довгий) ми залучаємо волонтерів;

– якими саме навичками й уміннями повинен володіти волонтер;

– які ресурси необхідні для набору і навчання волонтерів й які ресурси організація має у своєму розпорядженні;

– які методи будуть використані під час навчання волонтерів і в їхній діяльності.

Термін залучення повинен визначатися двома чинниками: від волонтера самого (його бажання та можливостей довготривалої участі) і самої програми (скільки часу вона триватиме). Залежно від того, на який період часу ви плануєте залучити волонтерів, буде залежати рішення про те, яке навчання необхідно запропонувати волонтерам і які ресурси в них інвестувати.

Визначившись із тим, яку модель роботи з волонтерами ви будете використовувати, можна переходити до вкрай важливого моменту організації роботи волонтерів – складання опису роботи/посадових обов'язків волонтера. Цей документ повинен чітко регулювати очікування і вимоги кожної зі сторін. Маючи опис роботи на руках, волонтер повинен знати, у чому полягає його діяльність, що він може робити і чого не має, на яку підтримку може розраховувати, хто є його керівником, як буде проходити оцінка його діяльності.

У ньому повинні бути визначені:

– посада волонтера в програмі;

– графік роботи (кількість годин на тиждень/місяць, термін призначення на посаду);

– вимоги, знання і навички, якими він повинен володіти для виконання роботи (компетентності);

– система взаємовідносин волонтера зі співробітниками і клієнтами;

– волонтерські бонуси: навчання, отримання сертифікату, система компенсації витрат волонтера;

– випробувальний термін й умови припинення діяльності;

– обсяг часу, який необхідний для виконання роботи;

– система навчання волонтера, контролю й оцінки його діяльності.

Далі потрібно організувати відбір та планування волонтерів. Після того як є приблизний список робіт, якими волонтер повинен зайнятися, наступним кроком є реклама волонтерської позиції. Вибір методу реклами залежить від того, на який період часу потрібні волонтери. Зазвичай волонтера наймають на короткострокову або довгострокову роботу. Якщо потрібно набрати велику кількість волонтерів на короткий термін для проведення разових акцій, то потрібно провести рекламну кампанію, розраховану на великі маси людей. Наприклад, помістити оголошення в газетах, у приміщеннях магазинів, різних установ, на автобусних зупинках і в інших загальних місцях. Для залучення волонтерів на довгострокову роботу слід використовувати інші методи поширення інформації, наприклад проведення презентацій у вишах, школах, молодіжних центрах, проведення днів відкритих дверей у вашій організації, розміщення в громадському місці стенду з інформацією про вашу організацію.

Після того як бажаючі звернуться до координатора про готовність участі у волонтерській роботі, потрібно провести відбір та підготовку волонтерів.

Коли людина виявляє бажання стати волонтером, це означає, що вона хоче цим займатися, але чи буде це робити в дійсності, ще належить остаточно вирішити як самому волонтеру, так і організації, в яку він звертається. Для цього й проводиться співбесіда. Мета співбесіди – визначити, чи підходить організації потенційний волонтер, а також підібрати йому таке заняття, яке задовольнить як потреби волонтера, так і організації.

Також можуть використовуватися й інші методи відбору:

– формальне інтерв'ю для потенційних волонтерів, анкетування;

– перевірка можливого кримінального минулого потенційних волонтерів;

– перевірка стану здоров'я потенційних волонтерів.

Після того як волонтери вибрані, для зниження ризику виникнення конфліктних ситуацій необхідно регламентувати взаємини між двома сторонами. Для цього може використовуватися договір, укладений із волонтером на виконання діяльності, який визначає міру відповідальності кожної зі сторін.

Перед тим як волонтер приступить до роботи, його необхідно ретельно ознайомити з її змістом. Для цього необхідно ознайомити з переліком функціональних завдань, з яких складається робота. Повне «розкриття» кожного завдання залежить від складності самої роботи, вміння менеджера грамотно його проаналізувати й описати, а також від передбачуваного професійного рівня волонтера.

Крім того, слід провести інструктаж волонтера про організацію та її діяльність, про роль волонтерів в організації, познайомити з безпосереднім керівником волонтера, розповісти основні організаційні моменти, ввести волонтера до колективу. Потрібно проінструктувати про правила роботи й щодо техніки безпеки. За необхідності потрібно розповісти про можливі небезпечні ситуації, які можуть виникнути на роботі, або навіть організувати спеціальне навчання.

Ще одним елементом у розвитку структури роботи, яка забезпечує успіх, є впевненість, що волонтери мають почуття відповідальності за досягнуті результати, а не просто виконують певні доручення або «робочі обов'язки». Якщо волонтер відповідає за результати та наслідки власної роботи, він концентрується на тому, що робить, отримує задоволення від процесу досягнення цілі. З іншого боку, якщо він відповідає лише за якість заходів, які мають певні результати, то він позбавлений можливості отримати задоволення. Для волонтера недостатньо бути просто добрим, потрібно бачити кінцеву мету своєї роботи, розуміти, яку суспільну користь вона приносить, усвідомлювати, що особисто йому дає волонтерство, які розвиває риси характеру, професійні навички тощо.

Якщо для виконання обов’язків волонтеру необхідні якісь спеціальні знання або навички потрібно організувати навчання їм волонтерів.

Після того як волонтери приступили до діяльності, координатор проекту повинен викону-

вати функції контролю та моніторингу проекту, оцінки, супервізії діяльності волонтерів.

Контроль над його виконанням проекту є важливою умовою для ефективного проведення волонтерського проекту. Для підвищення ефективності контролю потрібно встановити критерії, які б об'єктивно відображали результат волонтерської діяльності; уникати надто пильного, прискіпливого контролю з боку координатора; використовувати методи стимулювання за досягнення позитивних результатів; організувати впровадження інформаційно-управлінської системи контролю.

Для створення хорошої роботи колективу необхідно правильно розробити систему оцінок результатів, вирішити, як та відповідно до чого оцінювати досягнуті результати. Якщо ми не знаємо, як це зробити, то визначення результатів утрачає свою мотиваційну цінність для волонтера й для наглядача, і буде неможливо визначити, наскільки добре волонтер виконав завдання.

Волонтерам дуже важливо відчувати подяку за виконану працю, а найкращою винагородою за це може бути слово «спасибі». Повага – один із чинників успішної роботи волонтера, адже кожному приємно, коли до нього ставляться з повагою, розуміють цінність виконаної роботи, тому, проводячи волонтерський рух, також необхідно дотримуватися таких умов, як позитивна атмосфера в колективі, особливо там, де задіяна добровільна праця. Займаючись волонтерською діяльністю, людина часто задовольняє не тільки потреби знедолених людей на рівні безпеки і соціалізації, а й свої власні потреби в самореалізації.

Супервізія є складовою частиною системи підтримки волонтеру. Вона полягає у проведенні бесіди/обміну думками між керівником і волонтером. При цьому обговорюються події, пов'язані з конкретною роботою за конкретний проміжок часу; досвід, який отримав волонтер; проблеми, які виникли, шляхи їх вирішення. Керівник допомагає волонтеру сформулювати самостійні висновки, оцінити свою діяльність і поставити собі нові завдання на найближчий період, водночас виявляються проблеми, появу яких волонтер не завжди може усвідомити або сформулювати.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, на сучасному етапі розвитку України вкрай необхідним є розширення можливостей відносно нового соціального явища – волонтерського руху. Професійна кваліфікація волонтерів сьогодні знаходиться ще на початковому рівні, проте вони вже наділені якостями та здібностями, якими не завжди володіє фахівець тієї чи іншої суспільної організації. Надто важливою є можливість давати волонтерам самореалізовуватися, тобто надавати їм окремі проекти, якими б вони керували самостійно, що може сприяти залученню нових волонтерів для організації. Для ефективної організації волонтерських проектів потрібно використовувати спеціальні знання з управління організаціями.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про волонтерську діяльність: Закон України від 19.04.2011 № 3236-VI. Відомості Верховної Рада України. 2011. № 42. Ст. 435.

2. Горєлов Д.М., Корнієвський О.А. Волонтерський рух: світовий досвід та українські громадянські практики: аналіт. доп. К.: НІСД, 2015. 36 с.

3. Довбня С.В., Морозова Т.Ю. Методическое пособие по организации работы волонтеров в доме ребенка. URL: http://www.fireflykids.org/storage/documents/about%20deti%20nashi%20volunteer%20program.pdf.

4. Методические рекомендации по направлению деятельности «Гражданская активность» / Т.Н. Арсеньева, Х.Т. Загладина, А.В. Коршунов, В.Е. Менников. URL: http://www.dagminobr.ru/storage/files/rdsh/MR_Grazhdanskaya_Aktivnost_1.pdf.

5. 4 новых тренда в корпоративном волонтерстве. URL: http://blog.scm.com.ua/ru/2016/08/11/4-novyx-trenda-v-korporativnom-volonterstve/.

6. Проектный подход как основа деятельности волонтерского объединения. URL: https://zillion.net/ru/event/7444/proiektnyi-podkhod-kak-osnova-dieiatiel-nosti-volontierskogho-obiedinieniia.

7. Менеджмент волонтерських груп від А до Я : навч.-метод. посіб. / За ред. Т.Л. Лях. К.: Версо-04, 2012. 288 с.

8. Управление инновационными проектами: учебник / И.Л. Туккель, А.В. Сурина, Н.Б. Культин; под ред. И.Л. Туккеля. СПб.: БХВ-Петербург, 2011. 416 с.

9. Лях Т.Л. Планування залучення волонтерів як важливий компонент волонтерської програми. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка; за ред. В.С. Курило, С.Я. Харченко, С.В. Харченко. 2013. № 23(282). Ч. І. С. 206–213.

10. Балашов Е.М. Психологічна структура волонтерської діяльності як засобу самореалізації студентів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Психологія і педагогіка. 2013. Вип. 24. С. 12–16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoapp_2013_24_5.

УДК 640.4(477)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

MODERN TRENDS FOR DEVELOPMENT OF HOTEL RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE

Алексєєва Т.А.
магістр,
Київський університет культури

Обозна А.О.
кандидат економічних наук,
старший викладач,
Миколаївська філія
Київського національного університету культури і мистецтв

Шабельник Н.М.
викладач,
Миколаївська філія
Київського національного університету культури і мистецтв

Розглянуто вдосконалення інноваційних напрямів розвитку на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Проведено аналіз інновацій у сфері ресторанного господарства та визначено ймовірні переваги від їх упровадження. Проаналізовано інноваційні процеси в готельно-ресторанному бізнесі. Досліджено напрями розвитку та застосування інноваційних процесів у господарській діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Розкрито значення впровадження інновацій на підприємствах.

Ключові слова: *інновація, готельно-ресторанний бізнес, інноваційний потенціал, технологічні інновації, конкурентоспроможність підприємств.*

Рассмотрено усовершенствование инновационных направлений развития на предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса. Проведен анализ инноваций в сфере ресторанного хозяйства и определены вероятные преимущества от их внедрения. Проанализированы инновационные процессы в гостиничном и ресторанном бизнесе. Разработаны направления развития и применения инновационных процессов в хозяйственной деятельности предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса и туризма. Выявлена важность внедрения инноваций на предприятиях.

Ключевые слова: *инновация, гостинично-ресторанный бизнес, инновационный потенциал, технологические инновации, инновационный продукт.*

Improvement of innovative directions of development at the enterprises of hotel and restaurant business is considered. The analysis of innovations in the sphere of restaurant economy was conducted and probable advantages from their introduction were determined. The innovative processes in the hotel and restaurant business are analyzed. The directions of development and application of innovative processes in the economic activity of establishments of hotel and restaurant business and tourism are explored. The importance of introducing innovations at enterprises is revealed.

Key words: *innovation, hotel and restaurant business, innovative potential, technological innovations, innovative product.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Готельне та ресторанне господарство є основним складником туризму та однією з найбільш прибуткових галузей сучасної економіки. Для Миколаївської області, враховуючи її природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал, розвиток готельного-ресторанного комплексу відіграє виняткове значення.

Готельно-ресторанний бізнес, що є складним багатофункціональним видом діяльності, повинен стати вагомим фактором економічного зростання як України у цілому, так і регіону зокрема та сприяти створенню сприятливого туристичного іміджу регіону.

Однак розвиток готельного та ресторанного бізнесу в Україні нині стримується багатьма факторами, основними з яких є: застарілість

матеріально-технічної бази підприємств; відсутність належного рівня сервісу та низька якість послуг; обмеженість інвестиційної активності, зокрема іноземних інвесторів; недостатня професійна підготовка персоналу; слабка реклама наявних засобів розміщення та відсутність спеціалізованих готелів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідження тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу показує, що компанії, які зробили інновації частиною свого життя, створюють нові або заново відкривають старі ринки, продукти, послуги й моделі бізнесу, що, своєю чергою, веде до ще більш швидкого росту.

В аналіз питань організації та вдосконалення управління підприємствами готельного та ресторанного бізнесу вагомий внесок зробили вітчизняні вчені, передусім: Х.Й. Роглєв, Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш, Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова та ін.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні й поглибленому вивченні теоретичних засад та розробленні практичних рекомендацій щодо формування інноваційного потенціалу підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму в сучасних умовах; дослідженні й аналізі сучасного стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні, динаміки та чинників, які впливають на його розвиток, позитивних та негативних рис інноваційних процесів, які відбуваються в сучасних умовах розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Вперше в економічній літературі поняття «інновація» було використано ще в 1912 р. Й. Шумпетером у книзі «Теорія економічного розвитку». Під цим поняттям, яке вчений назвав «нова комбінація», було запропоновано розуміти іншу якість засобів виробництва, що досягається не шляхом дрібних поліпшень старого устаткування або наявної організаційної системи, а з'являється поруч із ними через уведення нових засобів виробництва або систем його організації. Нині ж поняття «інновація» (від англ. innovation – новаторство чи введення чогось нового) застосовується до всіх змін у виробничій, науково-дослідній, фінансовій, управлінській та іншій діяльності сучасних підприємств. При цьому різні науковці виділили цілу низку ознак (фактороощадність, тип новизни на ринку, глибина змін, спосіб впровадження тощо), за якими можна проводити класифікацію інновацій [1].

Одним з основних напрямів інноваційних технологій у готельному бізнесі, на наше переконання, є впровадження мультимедійних технологій, зокрема довідників, буклетів, каталогів. Сьогодні готелі розміщують електронні довідники і каталоги в мережі Інтернет. Електронні каталоги готелю дають змогу віртуально подорожувати номерами різних категорій, залами ресторанів, конгрес-центрів, вестибюлями, подивитися повну інформацію про готельне підприємство, ознайомитися зі спектром послуг, що надаються, системою пільг і знижок. Використання мультимедійних технологій дає можливість оперативно надавати потенційному гостю інформацію про готель і тим самим дає змогу швидко й безпомилково вибрати той готельний продукт, якого потребує гість [2].

У розвитку сфери готельно-ресторанного бізнесу є негативні риси. Аналізуючи дані звітності Держстату України, спостерігаємо значний спад туристичних потоків у 2011–2014 рр. як із зарубіжних країн, так і всередині країни (табл. 1) [7].

У результаті спаду туристичних потоків в регіоні (табл. 2) [6] необхідно застосовувати стратегію збереження і розвитку внутрішнього туризму в Україні у цілому і в Миколаївській області зокрема.

Наприклад, суттєво зменшилася кількість їдалень, які спрямовані на задоволення попиту в їжі широких верств населення. Якщо брати до уваги особливості розвитку цієї сфери, то потрібно відзначити розвиток спеціалізованої мережі ресторанів із національними кухнями, яких в Україні налічується понад 45 видів, і спостерігається стійка тенденція до їх збільшення. Але при цьому кількість ресторанів з українською кухнею, особливо регіональною, не має тенденції до зростання. Недоліком розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму є швидке їх будівництво, особливо до великих подій загальноукраїнського формату, наприклад проведення чемпіонату Європи з футболу. Але при цьому були допущені деякі прорахунки. Розташування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму не враховувало розвиток інфраструктури міст, розвиток транспортної мережі, адресну спрямованість на потенційного споживача, відразу ж пропонувалася висока вартість ціни послуги та ін. У цілому це призвело до того, що нині такі підприємства поступово стають неконкурентоздатними і мають значні збитки також і внаслідок

Таблиця 1

Кількість суб'єктів туристичної діяльності

		Кількість суб'єктів туристичної діяльності
2016 р.	Україна	1838
	Миколаївська область	29

Джерело: розроблено авторами за даними [7]

Таблиця 2

Туристичні потоки (осіб)

	Кількість туристів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності області	Із загальної кількості туристів		
		Іноземні туристи	туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2011	27934	3973	8479	15482
2012	20375	4179	9290	6906
2013	19003	5108	9362	4533
2014	9148	–	7582	1566
2015	7464	–	6631	833
2016	9023	–	8369	654

Джерело: розроблено авторами за даними [6]

невисокого заповнення потенційними споживачами послуг [3].

Узагальнення результатів дослідження провідних вітчизняних і зарубіжних наукових фахівців, проведені власні дослідження дають підстави стверджувати, що сучасну індустрію гостинності можна охарактеризувати як важливу й прибуткову галузь економіки, орієнтовану на виявлення й задоволення потреб клієнтів (гостей) передусім шляхом створення для них безпечних і комфортних умов проживання та відпочинку.

Недостатній рівень розвитку вітчизняного готельного бізнесу є одним із факторів, що негативно впливає на туристичний імідж регіону, сповільнює його туристичний розвиток. Існує нагальна потреба стимулювати розвиток підприємницької діяльності в даному сегменті ринку.

Особливо ретельно та виважено з позиції ринкової економіки підходять до оцінки сучасного стану готельного бізнесу С.М. Журавльова. Готельному бізнесу нині необхідно зосередитися на запуску низькобюджетних проектів. Для досягнення нормальної рентабельності потрібно вчитися економити на ланцюжку поставок, позбутися непотрібних приміщень і послуг, які, як правило, не користуються особливим попитом у гостей (наприклад, тренажерні зали, перукарні та ін.). Також необхідно корегувати вартість проживання як прямими (зниження цін і демпінг), так і непрямими методами (акції та програми лояльності, знижки на додаткові послуги). І, як варіант, гра на випередження в умовах кризи, для запобігання ймовірного банкрутства – йти на вимушене повне і часткове тимчасове закриття об’єктів для мінімізації витрат [8].

Бізнес-клієнти, які відвідують конференції, семінари, тренінги, наради, становлять понад 50% гостей готелів. На ринку готельних послуг конкуренція за корпоративних клієнтів досить жорстка.

Крім того, однією з перспективних тенденцій розвитку готельного господарства України є орієнтація на екологічність. Сьогодні у світі все більшої популярності набуває рух за охорону навколишнього середовища. Піклуючись про екологічну рівновагу, люди все частіше міняють свої звички й уподобання. Готелі теж залучені у цей процес і намагаються у міру можливостей відповідати поняттю «екоготель». Загострення проблем, пов’язаних із розвитком індустрії гостинності, стало поштовхом для розвитку екоготелів [8].

Екологічний готель − це екологічно сертифіковане житло, яке має за мету поліпшення стану навколишнього середовища шляхом зведення до мінімуму власного негативного впливу на довкілля.

Екоготель як інноваційна концепція гостинності має низку особливостей, якими він відрізняється від звичайного в нашому розумінні готелю, зокрема: залежністю від природного середовища; екологічною стійкістю; внеском у збереження навколишнього середовища; забезпеченням екологічної програми підготовки кадрів; урахуванням місцевої культури; забезпеченням економічної віддачі для місцевої громади та ін. [8].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Необхідність упровадження інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу стимулюють конкурентна боротьба і ціла низка інших вимог ринку. Для науково обґрунтованого вибору прийнятної для підприємства інновації рекомендується застосовувати розроблений методичний підхід, у межах якого оцінюються унікальність інновацій, внутрішні можливості реалізації інновацій підприємством, ризик утрат та очікуваний корисний ефект від упровадження інновацій. Отже, основний розвиток інновацій готельно-ресторанного підприємства полягає в освоєнні нової техніки, соціальному розвитку підприємства як одного зі складників його інноваційного потенціалу, підвищенні ефективності планування, організації та контролю інноваційних процесів на підприємстві.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал; пер. с англ. М.: Прогресс, 1993. 458 с.
2. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія / В.Ф. Семенов, М.Д. Балджи, В.М. Мозгальова; за ред. В.Ф. Семенова. Одеса: Optimum, 2012. 201 с.
3. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник; 2-е вид., перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
4. Экономика туристского рынка: учебник / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. М.: Юнити-Дана, 2010. 312 с. URL: www.tourlib.net/books_tourism/dmitriev.htm.
5. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. 272 с. URL: www.tourlib.net/books_tourism/dmitriev.htm.
6. Obozna A., Havrylova O., Mogilevich I. innovative activity in the tourism industry: regional aspect. Science and innovation: Collection of scientific articles. Publishing house «BREEZE», Montreal, Canada, 2018. P. 195–201.
7. Головне управління статистики у Миколаївській області. URL: http://www.mk.ukrstat.gov.ua/. Назва з екрана.
8. Журавльова С.М. Розвиток еко-готельного бізнесу в Україні. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку: монографія; за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя: Просвіта, 2017. 240 с.

УДК 331.101.262:63(477.53)

ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ

PROVISION OF LABOR POTENTIAL OF AGRARIAN ENTERPRISES OF POLTAVA REGION

Погребняк Л.П.
аспірант кафедри економіка підприємства,
Полтавська державна аграрна академія

В українському суспільстві вже досить тривалий час відбуваються істотні зміни, які призвели до вимирання сіл та погіршення якості життя сільських мешканців, тому стратегічного значення для ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств у нестабільних умовах розвитку ринкових відносин набуває людський фактор. У статті проаналізовано статистичні та динамічні особливості формування трудового потенціалу Полтавського регіону. Визначено сутність трудових ресурсів підприємства та їх вплив на діяльність підприємства.

Ключові слова: *трудовий потенціал, продуктивність праці, сільське населення, аграрні підприємства, працездатне населення.*

В украинском обществе уже достаточно длительное время происходят существенные изменения, которые привели к вымиранию сел и ухудшению качества жизни сельских жителей, поэтому стратегическое значение для эффективного функционирования сельскохозяйственных предприятий в нестабильных условиях развития рыночных отношений приобретает человеческий фактор. В статье проанализированы статистические и динамические особенности формирования трудового потенциала Полтавского региона. Определена сущность трудовых ресурсов предприятия и их влияние на деятельность предприятия.

Ключевые слова: *трудовой потенциал, производительность труда, сельское население, аграрные предприятия, трудоспособное население.*

Significant changes have been taking place in the Ukrainian society for quite a long time, which has led to the extinction of villages and the decline of the quality of life of rural inhabitants. Therefore, the human factor becomes strategically important for the effective functioning of agricultural enterprises under unstable conditions of developing market relations. The article analyzes the statistical and dynamic peculiarities of the formation of the labor potential of the Poltava region. The essence of labor resources of the enterprise and their influence on the activity of the enterprise.

Key words: *labour potential, labour productivity, rural population, agrarian enterprises, working-age population.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних ринкових умовах господарювання забезпечення ефективної діяльності підприємств, підвищення рівня їх рентабельності та конкурентоспроможності можливе лише завдяки ефективному використанню трудових ресурсів. Адже якими б досконалими та сучасними не були засоби виробництва, технології й навіть досягнення науково-технічного прогресу, саме працівники, їхній інтелект, креативність, ініціативність, уміння та навички визначають соціально-економічний розвиток не тільки підприємства, а й країни у цілому.

Вітчизняні і зарубіжні вчені у цьому плані відзначили, що якими б досконалими не були знаряддя праці та засоби сільськогосподарського виробництва, їх ефективне використання завжди буде залежати від головного виробничого ресурсу – тих, хто працює на землі. На тлі скорочення чисельності сільського населення відбувається погіршення якісного складу трудового потенціалу, кваліфікаційного й освітньо-культурного рівня населення, необґрунтоване зниження вартості робочої сили та доходів населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблема ринку праці, економічної зайнятості, використання людських ресурсів і людського капіталу, формування трудового потенціалу тощо є предметом дослідження багатьох науковців і практиків. Значний внесок у їх розроблення здійснили українські економісти, демографи: І.І. Бажан, І.К. Бондар, М.І. Долішній, С.Й. Вовканич. Окремі теоре-

тико-методологічні аспекти ефективності використання трудових ресурсів висвітлено в роботах таких вітчизняних учених, як Л. Березіна, Д. Богиня, М. Болюх, Т. Дядик, О. Єрмаков та ін.

Проте недостатньо вирішеними залишаються теоретичні та практичні аспекти, що стосуються дослідження чинників впливу на формування і використання трудового потенціалу аграрними підприємствами.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою дослідження є вивчення забезпеченості трудовим потенціалом аграрних формувань регіону та їх ефективного використання.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Особливе місце в сучасних умовах господарювання в аграрній сфері економіки країни займає питання забезпечення трудовими ресурсами. Вони є найважливішим елементом продуктивних сил, а інвестиційно-інноваційний характер виробництва, його висока наукомісткість, пріоритетність питань якості продукції змінили комплекс вимог до працівників, підвищили значимість творчого ставлення до праці й високого професіоналізму.

За визначенням науковців [1; 2], трудовий потенціал являє собою здатність до розвитку, що перетворює людину у найважливіший ресурс виробництва. Продуктивність праці, мотивація та інноваційний потенціал людини визначають успіх стратегії, спрямованої на інтенсифікацію виробництва та загальну конкурентоздатність.

Трудовий потенціал [4] – це сукупна суспільна здібність до праці, потенційна дієздатність суспільства, його ресурси живої праці. Поняття «трудовий потенціал» значно ширше поняття «трудові ресурси». Якщо до складу останнього входять тільки люди працездатні за певними формальними ознаками, то поняття «трудовий потенціал» охоплює й тих, хто ще тільки готується до ефективної трудової діяльності (діти), й тих, хто вже вийшов зі сфери зайнятості (пенсіонери).

Трудові ресурси є важливим складником ресурсного потенціалу підприємств, які виконують різноманітні операції з виробництва та реалізації продукції. Роль цього складника ресурсного потенціалу останніми роками різко посилилася, що зумовлено масовим відтоком кваліфікованих кадрів із села, а також старінням сільського населення. Від кількісних та якісних характеристик трудового потенціалу значною мірою залежить виробнича спроможність господарських структур, що забезпечують ефективне функціонування підприємства регіону в цілому.

Природною основою формування трудового потенціалу є населення. Зміни в динаміці загальної чисельності населення визначаються змінами в розміщенні його міської і сільської частин. Це має істотний вплив на раціональне розміщення та оптимальний розвиток продуктивних сил.

Аналізуючи загальну чисельність населення країни як кількісну характеристику трудових ресурсів, можна сказати, що на 1 січня 2017 р. в Україні проживало 42 584,5 тис. осіб, із них: міського – 29 482,3 тис. осіб, сільського – 13 102,2 тис. осіб. Чисельність наявного населення в Полтавській області на 1 січня 2017 р. становила 1 426,881 тис. осіб, із них: міське – 885,6 тис. осіб, сільське – 541,2 тис. осіб [5].

Характеризуючи демографічну ситуацію в Полтавській області, необхідно зазначити, що чисельність наявного населення області з 2016 р. постійно зменшується: порівняно з 2002 р. на 202,2 тис. осіб, а з 2010 р. – 72,7 тис. осіб (табл. 1). Формування трудового потенціалу аграрних підприємств значною мірою залежить від чисельності сільського населення. Чисельність сільського населення за період 2005–2016 рр. зменшилася на 95,7 тис. осіб. Це скорочення викликане, з одного боку, зменшенням чисельності народження і збільшенням кількості померлих, а з іншого – від'ємним сальдо зовнішньої міграції. Ці дві причини зумовили значне зменшення чисельності населення Полтавської області за останні роки.

Основним завданням у вирішенні питань демографічного навантаження є забезпечення високого рівня зайнятості населення. Разом із тим сьогодні у цій сфері існує багато проблем, ситуація значно погіршилася під час кризових явищ останніх п'яти років. За даними табл. 1 ми бачимо, що особливістю умов відтворення і формування аграрного людського ресурсу Полтавської області є послідовне звуження його природної бази, тобто скорочення чисельності сільського населення та його відтворювальної структури.

У сучасних умовах унаслідок помітних скорочень обсягів виробництва аграрні підприємства більше стикаються не з проблемою нестачі, а з наявністю зайвої робочої сили, необхідністю скорочення робочих місць і водночас – збереження кваліфікованих кадрів на майбутнє.

Використання трудових ресурсів у сільському господарстві має специфічні особливості, пов'язані з технологією й умовами виробництва, рівнем його технологічного оснащення й економічно. Важливою особливістю є сезонний характер використання трудових ресурсів, що зумовлює нерівномірне використання протягом року й є однією з причин неповного їх використання. Це стосується насамперед рослинництва, де потреба в робочій силі значно збільшується в окремі періоди виконання сільськогосподарських робіт. У тваринництві трудові ресурси використовуються протягом року більш рівномірно. Змінам чисельності трудових ресурсів у господарствах області властива тенденція до значних змін. Так, у 2016 р. чисельність працівників сільського господарства зменшилася на 29,7 тис. осіб порівняно з 2005 р. Аналізуючи

динаміку найманих працівників у сільському господарстві (рис. 1), слід відзначити, що всі проблеми (скорочення населення, низька якість надання медичних послуг та ін.) призвели до зниження кількості найманих працівників на 10,7 тис. осіб за останні п'ять років.

Загальною закономірністю розвитку суспільного виробництва в країнах світу і демографічних процесів у них є абсолютне та відносне збільшення міського населення та працюючих у промисловості, а також відносне й абсолютне зменшення сільського населення та працюючих у сільському виробництві. Аналогічна закономірність характерна для регіонів України.

Використання трудового потенціалу сільського господарства Полтавської області можна прослідкувати, порівнюючи кількість найманих працівників даної галузі з іншими основними видами економічної діяльності (рис. 2). У 2016 р. чисельність працівників, зайнятих у промисловості, на 49,8 тис. осіб більше, ніж у сільському господарстві. Проте чисельність працівників, зайнятих у сільському господарстві, на 16,7 тис. осіб більше, ніж у сфері торгівлі, на 7,7 тис. осіб більше, ніж у транспортній сфері, та на 27,8 тис. осіб більше, ніж у будівництві.

Зважаючи на те, що Полтавська область має багато ресурсів для розвитку сільського господарства, а використання їх йде не на повну потужність, населення сільської місцевості змушене мігрувати в міста, шукаючи інші види заробітку. Обмежені можливості створення нових робочих місць за умов недостатньо ефективних структурних реформ, макроекономічної нестабільності, невисокої інвестиційної активності призводять до звуження сфери докладання праці, погіршення якості зайнятості, зниження доходів населення.

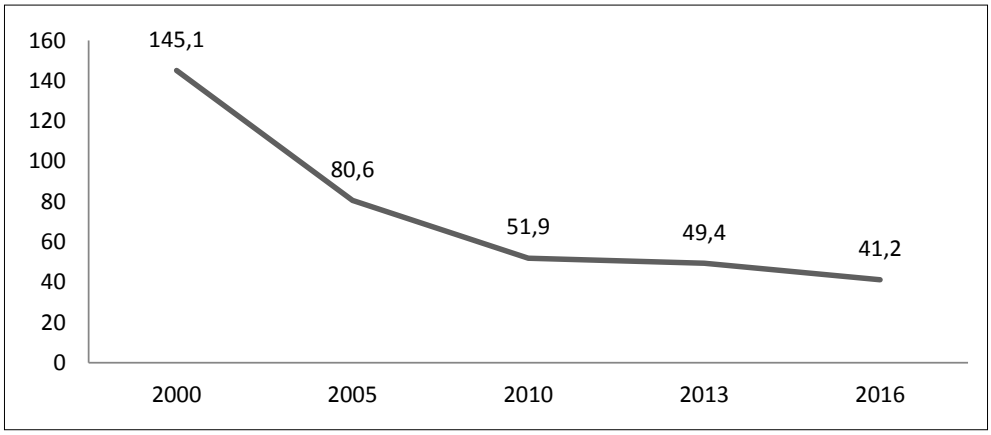


Рис. 1. Динаміка кількості найманих працівників у сільському господарстві Полтавської області, тис. осіб

Джерело: побудовано за даними [5]

Таблиця 1

Динаміка чисельності сільського населення Полтавської області, 2002–2016 рр., тис. осіб

Показники	Роки						2016 р. у % до 2002 р.
	2002	2005	2010	2013	2015	2016	
Усе населення	1621,2	1564,6	1491,7	1460,0	1441,1	1419,0	87,5
Сільське населення	677,0	640,9	591,0	570,1	557,1	545,2	80,5
чоловіки	307,3	292,5	271,8	264,2	259,0	254,1	82,7
жінки	369,7	348,4	319,2	305,9	298,1	291,1	78,7
Питома вага сільського населення, %	41,8	41,0	39,6	39,0	38,7	38,4	х
Населення у віці 15-64 років	1100,8	1062,1	1034,9	1020,3	996,3	670,7	60,9
Сільське населення у віці 15-64 років	419,3	397,6	382,4	378,0	368,8	359,8	85,8
чоловіки	205,7	196,0	189,4	187,9	183,47	179,2	87,1
жінки	213,6	201,6	193,0	190,1	185,4	180,6	84,6
Частка сільського населення у віці 15-64 років, %	38,1	37,4	36,9	37,1	37,0	37,1	х
у т. ч. чоловіки	39,1	38,6	38,2	38,4	38,4	38,3	х
жінки	37,2	34,6	35,8	35,8	35,9	35,9	х

Джерело: розраховано за даними [5]

Одним із важливих етапів дослідження трудових ресурсів є оцінка рівня та ефективності їх використання. За даними табл. 3, за поступового зростання розміру валової продукції аграрних підприємств на 6 905,0 млн. грн. та одночасного зменшення чисельності працівників, зайнятих у сільському господарстві, на 119,9 тис. осіб заробітна плата поступово зростає з 2 102 грн. до 4 621 грн. Аналіз показників праці і заробітної плати орієнтований на підвищення продуктивності праці, що сприяє зниженню собівартості продукції, зростанню прибутку і рентабельності. Вирішальну роль в успішній діяльності підприємства відіграють склад, класифікація і використання трудових ресурсів, їх ставлення до праці.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Досягнення європейського рівня продуктивності і доходів неможливе без кардинальної реструктуризації виробництва та зайнятості за видами економічної діяльності та інституціональними секторами економіки. Йдеться, зокрема, про перерозподіл зайнятості із сектору домогосподарств до корпоративного сектору, із сільського господарства, добувної та важкої промисло-

Рис. 2. Чисельність найманих працівників за видами економічної діяльності в 2016 році, тис. осіб

Джерело: побудовано за даними [5]

Таблиця 3

Динаміка ефективного використання трудових ресурсів Полтавської області, 2005–2016 рр.

Показники	Роки						2016 р. у % до 2005 р.
	2005	2010	2013	2014	2015	2016	
Виробництво продукції сільського господарства, млн. грн.	10308	10999	16023	15520	16661	17213	167,0
на 100 га сільськогосподарських угідь, грн.	540,6	587,0	866,2	842,5	907,0	937,0	173,3
Чисельність працівників, тис. осіб	690,3	644,8	648,3	602,9	583,6	570,4	82,6
Продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах на одного зайнятого, грн.	14933	17058	24715	25742	28549	30177	202,1
Середньомісячна номінальна заробітна, грн.	758	2102	2988	3179	3783	4621	609,6
Середньомісячна номінальна заробітна плата у сільському, лісовому та рибному господарстві, грн.	430	1555	2404	2631	3390	4452	1035,3

Джерело: розраховано за даними [5]

вості й торгівлі – до високотехнологічних галузей переробної промисловості та сфери бізнесових і соціальних послуг, здатних створити конкурентоспроможні робочі місця з високими вимогами до кваліфікації та освіти зайнятих та забезпечити високий рівень і кращі умови зайнятості (зокрема, більш високі заробітки) для всіх верств трудоактивного населення.

Проведений аналіз факторів впливу на ефективність використання трудового потенціалу показав, що продуктивність праці з кожним роком зростає, темпи її зростання вищі, ніж темпи зростання заробітної плати. У сільській місцевості на даний момент відбувається скорочення населення, погіршується його якісна та кількісна характеристики. В селі не використовується наявний трудовий потенціал сільськогосподарськими підприємствами. На величину трудового потенціалу області негативно вплинули відсутність реального законодавства, спрямованого на захист та підтримку вітчизняного виробника, корумпованість, спад виробництва, зростання безробіття, зниження рівня життя населення та інші фактори.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк В. Оцінка людського потенціалу економічного зростання України: теорія та практика. Україна: аспекти праці. 2006. № 5. С. 30–34
2. Волкова О.В. Соціально-економічні детермінанти ринку праці України: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 376 с.
3. Дядик Т.В. Економіка праці й соціально-трудові відносини: навч. посіб. Полтава: ФОП Говоров С.В., 2008. 344 с.
4. Кримковський Р. Стан та перспективи розвитку ринку праці в Україні; Уманський національний університет садівництва. Бібліотека Online. 2008. URL: http://udau.edu.ua.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення: 16.02.2018).

УДК 005.21:33.057.7(477)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

FEATURES OF FORMING THE STRATEGY OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Ревуцька А.О.
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки,
Уманський національний університет садівництва

Смолій Л.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки,
Уманський національний університет садівництва

У статті розкрито процес формування стратегії розвитку підприємств України в умовах невизначеності. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що, незважаючи на досить широкий спектр теоретичних і практичних розробок у сфері стратегічного управління, багато питань із формування стратегії розвитку підприємства є досить дискусійними. Різноманіття точок зору на процедури, що становлять процес формування стратегії, й на саму сутність стратегії робить стратегічне управління актуальним у всі часи і застосованим у будь-якій сфері соціально-економічної діяльності. Проведено систематизацію основних підходів до формування стратегії розвитку підприємства. Проаналізовано сутність та структуру зовнішнього середовища діяльності підприємств та виявлено можливості і загрози для господарюючих суб'єктів.

Ключові слова: *стратегічний план, ринкові відносини, підприємство, стратегія, зовнішнє середовище, конкурентоспроможність, стратегія розвитку, стратегічна позиція.*

В статье раскрыт процесс формирования стратегии развития предприятий Украины в условиях неопределенности. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, несмотря на достаточно широкий спектр теоретических и практических разработок в области стратегического управления, многие вопросы формирования стратегии развития предприятия являются достаточно дискуссионными. Многообразие точек зрения на процедуры, составляющие процесс формирования стратегии, и на саму сущность стратегии делает стратегическое управление актуальным во все времена и применяемым в любой сфере социально-экономической деятельности. Проведена систематизация основных подходов к формированию стратегии развития предприятия. Проанализированы сущность и структура внешней среды деятельности предприятий и выявлены возможности и угрозы для хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: *стратегический план, рыночные отношения, предприятие, стратегия, внешняя среда, конкурентоспособность, стратегия развития, стратегическая позиция.*

In this article, we uncover the process of forming a strategy for the development of enterprises in Ukraine under conditions of uncertainty. The urgency of the topic of research is due to the fact that, despite a very wide range of theoretical and practical developments in the field of strategic management, many issues of forming a strategy for enterprise development are rather controversial. The variety of points of view on the procedures that constitute the process of forming a strategy and the very essence of the strategy makes strategic management relevant at all times and applied in any field of socio-economic activity. The systematization of the main approaches to the formation of the enterprise development strategy has been carried out. The essence and structure of the external environment of the activity of enterprises are analyzed and the opportunities and threats for economic entities are revealed.

Key words: *strategic plan, market relations, enterprise, strategy, external environment, competitiveness, development strategy, strategic position.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Сьогодні економіка України характеризується низькою ефективністю та низькою конкурентоспроможністю. У сучасних умовах господарювання перед підприємствами, що функціонують на ринку, постає проблема ефективної діяльності на майбутнє. Підприємства змушені пристосовуватися до змін навколишнього середовища, адаптуватися, а також їх

випереджати. Це пов'язано з тим, що вітчизняні підприємства не адаптовані до умов постійної мінливості ринкового середовища, а також до умов невизначеності, тому в умовах конкуренції, лідерства на ринку, підприємству потрібно мати стратегію розвитку. Отже, для підвищення ефективності економіки у цілому та вирішення завдання виживання підприємств у конкурентному середовищі велике значення має питання обґрунтованості стратегії розвитку підприємств.

Актуальність даної теми посилюється ще й тим, що у світовій економіці виникають нові фактори підвищення рівня невизначеності, які не входять до наявних наукових концепцій та не можуть бути пояснені на підставі відомих закономірностей. До цих факторів можна віднести суперечливість глобалізації та регіоналізації економіки, незлагодженість між споживчими настроями та динамікою прибутків, масову індивідуалізацію продукції, що вже впливають на діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання.

Враховуючи все це, ми вважаємо вивчення питання особливостей формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Основні методологічні положення розроблення стратегії опубліковані в працях І. Ансоффа, П. Друкера, Г. Мінцберга, М. Портера, М.В. Кужельного, Ю.В. Гусєва, В.К. Савчука, М.М., Шевчука, В.С. Пономаренка, М.Г. Чумаченка та ін.

Проблеми стратегії організації підприємств в умовах невизначеності досліджували такі вчені, як В.В. Черкасов [1, с. 142–151], Г.М. Коломієць [2, с. 10], Т.М. Литвиненко [3, с. 46–55] та ін. Вони вважають, що в сучасній літературі мають місце дві основні концепції стратегії: філософська та організаційно-управлінська. Філософська акцентує увагу на визначенні напряму розвитку організації, який дає відповідь на питання, в якому бізнесі діє організація і в якому бізнесі вона повинна бути. Відповідно до організаційно-управлінської концепції, стратегія пов'язана з конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності організації. При цьому вона містить відповідь на питання, як організація діє на вибраних нею ринках.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Мета статті полягає в аналізі необхідності стратегічної діяльності підприємства в умовах невизначеності, а саме розкритті сутності й поняття стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності та аналізі основних підходів до формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Незважаючи на помітну зацікавленість, питанням особливостей формування стратегії підприємств в умовах невизначеності приділено сьогодні недостатньо уваги. В Україні невизначеність середовища функціонування виникає на тлі розвитку трансформаційних процесів. На рівні підприємства взаємодія цих феноменів породжує додаткове ускладнення умов діяльності. Це, безсумнівно, потребує побудови нових системних теоретичних уявлень, які враховують максимальну можливість ефектів, що виникають завдяки впливу невизначеності на поведінку вітчизняних підприємств.

Важливість розроблення ефективної стратегії гостро відчувається в наш час, коли середовище діяльності вітчизняних підприємств характеризується підвищенням складності, рухливості і невизначеності. Відсутність однозначного тлумачення терміну «стратегія» стало причиною формування різноманітних поглядів щодо її визначення та формулювання.

У сучасних умовах єдиного підходу до формування стратегії не існує. У зв'язку із цим необхідно проаналізувати погляди вчених щодо формування стратегії. Визначення стратегії різними авторами представлено в таблиці.

Узагальнюючи наявні погляди на сутність стратегії, можна зробити висновки, що в них присутні спільні риси, всі автори зазначають, що основними обов'язковими складниками стратегії виступають визначення довгострокових цілей, мети, місії. По-друге, стратегія передбачає певні дії: прийняття курсу дій, прийняття рішень, модель дій, розроблення обґрунтованих заходів і планів досягнення намічених цілей, комплекс рішень, які спрямовані на досягнення поставлених цілей. По-третє, стратегія передбачає розподіл певних ресурсів, які необхідні для досягнення поставлених цілей: розміщення ресурсів, необхідних для виконання цих цілей, координація та розподіл ресурсів компанії, розміщення ресурсів компанії, розподіл необхідних для цього обмежених ресурсів; повинні бути враховані науково-технічний потенціал фірми та її виробничо-збутові можливості.

Узагальнення розглянутих точок зору дало можливість представити авторське визначення стратегії як детально розробленого плану дій, призначеного для забезпечення здійснення місії підприємства та досягнення його цілей шляхом розміщення та розвитку необхідних ресурсів для отримання довгострокових конкурентних переваг.

Щоб зрозуміти, як формувати стратегію розвитку підприємства, необхідно зрозуміти, що ж таке невизначеність. Словник подає нам таке визначення: невизначеність у системі – це ситуація, коли повністю або частково відсутня інформація про можливі стани системи і зовнішнього середовища. Інакше кажучи, коли в системі можливі ті чи інші непередбачувані події. Це неминучий супутник великих (складних) систем; чим складніше система, тим більше зна-

чення набуває фактор невизначеності в її поведінці (розвитку) [10].

Під невизначеністю мається на увазі те, що часто рішення доводиться приймати без достатньої інформації про фактори середовища, і керівникам, які приймають рішення, важко передбачити зовнішні зміни. Невизначеність обстановки підвищує ймовірність ризиків провалу стратегії підприємства і ускладнює розрахунок витрат, пов'язаних з альтернативними стратегічними напрямами.

Можна виділити чотири види невизначеності під час формування стратегії розвитку підприємства: досить точно прогнозоване майбутнє; альтернативні варіанти майбутнього; діапазон можливих варіантів майбутнього; повна невизначеність [11].

Розглянемо більш докладно кожен вид невизначеності. Досить точно прогнозоване майбутнє – невизначеність тут не має особливого впливу на формування стратегії розвитку виробничого підприємства. Оскільки майбутнє прогнозується досить точно, то менеджерам буде достатньо розробити одну стратегію майбутнього розвитку. Тут можна використовувати стандартний набір методів для формування стратегії розвитку: дослідити ринок, проаналізувати діяльність конкурентів (у тому числі структуру їх витрат, стан виробничих потужностей, номенклатуру продукції, що випускається, та ін.), потім вивчити ланцюжок створення вартості й використовувати модель п'яти сил Майкла Портера (досить стара і відома модель визначення привабливості поточної галузі для компанії, з її допомогою можна визначити потенційні небезпеки і проблеми, з якими доведеться зіткнутися компанії) [6]. Професор Майкл Портер виділив п'ять сил, які впливають на компанію в галузі (на її прибуток): нові конкуренти; наявні конкуренти; «конкуренти», що пропонують продукти-замінники; влада постачальників; влада покупців. Ця модель може допомогти знайти конкурентну перевагу, що дає змогу підприємству зайняти вигіднішу позицію.

Другий вид невизначеності – найпоширеніший, оскільки всі промислові підприємства стикаються зі змінами в державному регулюванні та законодавстві. Також досить важко передбачити поведінку конкуруючих підприємств у галузі. «Тому рішення будь-якої компанії про будівництво заводу часто залежить від дій її суперників. Тут ми маємо справу з класичною ситуацією невизначеності другого рівня: кожен із можливих варіантів цілком зрозумілий, але передбачити, який із них буде реалізований, украй складно. Вибір же оптимальної корпоративної стратегії розвитку визначається як раз тим чи іншим результатом». У цій ситуації невизначеності керівництву підприємства необхідно розробити кілька відокремлених сценаріїв, кожен з яких повинен ґрунтуватися на тому чи іншому варіанті розвитку подій. Метод сценаріїв передбачає наявність декількох етапів, на кожному з яких виконується певна послідовність дій [12].

Третій вид невизначеності дає змогу виявити діапазон можливих варіантів майбутнього. Він визначається декількома змінними, але результат може знаходитися у будь-якій точці цього діапазону. З такою невизначеністю можуть зіткнутися промислові підприємства, якщо вони починають діяти на нових регіональних ринках. Формування стратегії розвитку при цьому виді невизначеності для підприємств є

Таблиця 1

Характеристика підходів до визначення стратегії

Визначення стратегії	Автор
Стратегія – це визначення довгострокових цілей і завдань організації, прийняття курсу дій і розміщення ресурсів, необхідних для виконання цих цілей	Д. Кемпбел [4, с. 17]
Стратегія – це набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності; стратегія – це засіб для досягнення цілі	І.Ансофф [5, с. 69]
Стратегія – це визначення і стабілізація унікальної позиції компанії, вирішення компромісів і оптимальний підбір видів діяльності	М.Портер [6, с. 102]
Стратегія – це комплексний план управління, який повинен закріпити положення компанії на ринку і забезпечити координацію зусиль, залучення і задоволення споживачів, успішну конкуренцію та досягнення глобальних цілей Стратегія компанії – комбінація методів конкуренції й організації бізнесу, спрямована на задоволення клієнтів та досягнення організаційних цілей	А. Томпсон, Дж. Стрікленд [7, с. 32]
Стратегія – це всебічний комплексний план, призначений для забезпечення здійснення місії організації та досягнення її цілей	Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький [8, с. 132]
Стратегія – це спосіб реалізації підприємством своєї мети, яка визначає його поведінку в просторі параметрів і вирішує суперечності, що породжуються взаємодією підприємства та ринкового середовища, а також взаємодією внутрішніх компонентів підприємства, які знаходяться на різних стадіях життєвого циклу	Пономаренко В.С., Пушкар О.І., Тридід О.М. [9, с. 97]

значно складнішим, оскільки тут потрібен уже цілий методологічний апарат планування. Для початку, як і за другого вигляду невизначеності, необхідно виявити низку сценаріїв, які описали б альтернативні варіанти майбутнього, а вже потім зосередитися на відстеженні ринкових сигналів і змінах у законодавстві. Розроблення методики формування стратегії розвитку промислового підприємства за даного виду невизначеності вимагає виконання декількох правил. По-перше, слід обмежити число прийнятих до розроблення сценаріїв, оскільки складність «жонглювання» більш ніж чотирма-п'ятьма варіантами ускладнює прийняття рішень. По-друге, необхідно уникати створення зайвих сценаріїв, чий вплив на вибір стратегії не є єдиним у своєму роді. По-третє, потрібно скласти комплекс сценаріїв корпоративної стратегії розвитку, що дає досить імовірний спектр результатів. Така сукупність варіантів дасть змогу менеджерам оцінити ступінь стійкості діючих стратегій, виявити серед учасників ринку кандидатів у переможці й аутсайдери, визначити ризик реалізації стратегії розвитку [11].

Четвертий вид невизначеності – найбільш багатовимірний. Тут практично неможливо прогнозувати стратегію розвитку промислового підприємства, оскільки не можна визначити ні сценарій, ні навіть діапазон можливих результатів. Правда, необхідно відзначити, що така невизначеність виникає досить рідко і з часом зміщується однією з трьох перших видів.

Також в умовах невизначеності компанія може зайняти одну з трьох стратегічних позицій: формуючу, адаптивну і ту, яка зберігає право на участь у грі.

Компанії, які вибрали формуючу стратегію, прагнуть змінити структуру галузі відповідно до власної концепції. Сама стратегія полягає у створенні нових ринкових можливостей шляхом радикальної реорганізації відносно стабільних галузей із першим видом невизначеності або за допомогою встановлення контролю над розвитком ринку в галузях із більш високою невизначеністю.

Прихильники адаптивної стратегії, навпаки, приймають і нинішню економічну, і майбутню структуру галузі як належне. Вони лише реагують на надані ринком можливості.

Третя позиція – збереження права на участь у грі – являє собою особливу форму адаптивної стратегії, яка використовується тільки за другого, третього і четвертого видів невизначеності. Вона полягає у здійсненні інвестицій крок за кроком для досягнення привілейованого положення. Такий стан дасть компанії змогу дочекатися зниження рівня невизначеності, а потім вибрати ту чи іншу стратегію [13].

Тепер спробуємо визначити, як формувати стратегію за певного типу невизначеності.

У передбачуваному середовищі більшості підприємств необхідно дотримуватися адаптивної стратегії. Вдалі адаптивні стратегії дають змогу створити вартість за рахунок удосконалення продукції, що випускається, або поліпшення застосовуваних технологій у виробництві; будь-яких революційних зрушень у галузі не відбувається.

За першого виду невизначеності також можна використовувати й формуючу стратегію, але таке трапляється нечасто, бо це пов'язано з певним ризиком. Промислове підприємство, яке намагається змінити усталену галузеву структуру, значно збільшує невизначеність ринку.

В умовах другого виду невизначеності формуюча стратегія націлена на те, щоб збільшити ймовірність розвитку галузі за сприятливим для конкретного підприємства сценарієм.

За наявності третього виду невизначеності формуюча стратегія видозмінюється. Якщо в умовах другого виду вона націлена на підвищення ймовірності втілення конкретного сценарію, то в даному разі – на надання ринку загального імпульсу до розвитку, в принципі вигідного для підприємства напряму.

Максимальний ступінь невизначеності може забезпечити підприємству, який вибрав формуючу стратегію, більш високу прибутковість і менший ризик, хоча звучить це нелогічно. Роль підприємства, яке наважилося прийняти формуючу стратегію, що полягає у тому, щоб створити загальне уявлення про майбутнє, яке послугує орієнтиром для інших учасників ринку, посприяє руху галузі до більш стабільної та сприятливої ситуації. Тут також часто застосовується стратегія збереження права на участь у грі.

Таким чином, особливостями формування стратегії в умовах невизначеності зовнішнього середовища може бути: визначення можливостей ринку та перспектив підприємства відносно них; розроблення і деталізація вектору росту або напряму, в якому функціонує підприємство; виділення унікальних можливостей як ринку, так і товару, що виробляє господарюючий суб'єкт; визначення конкурентної переваги підприємства.

Різка зміна умов дії вітчизняних підприємств, вимоги, що висували ринкові відносини, та стан вітчизняної економіки поставили перед ними першочергові завдання – адаптації та виживання у нових умовах [14, с. 347–356]. Зовнішнє середовище окремого підприємства складається із макросередовища і мікросередовища. Аналіз зовнішнього середовища являє собою процес, за допомогою якого розробники стратегічного плану контролюють зовнішні стосовно організації фактори, щоб визначити можливості і загрози для підприємства. Основне призначення аналізу зовнішнього середовища – виділити істотні фактори, що найбільшою мірою впливають на успіх діяльності фірми, і постійно контролювати їх зміни для передбачення нових можливостей, що відкриваються, і потенційних загроз. Результати аналізу дають змогу фірмі

вчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити сценарії розвитку тієї або іншої ситуації і стратегію реалізації місії та досягнення цілей організації [15, с. 141–146].

Під час розроблення стратегії розвитку підприємства необхідно враховувати особливості факторів зовнішнього середовища, зокрема: ринку, економічного та політичного факторів, виробничо-технологічного та соціально-культурного факторів.

Рішення про вибір оптимальної стратегії компанії повинно базуватися на попередньому аналізі рівня невизначеності ринкового середовища, що дасть змогу розробити стратегію, яка точно відповідає даному рівню невизначеності, та зайняти одну з трьох стратегічних позицій: формуючу, адаптивну і зберігає право на участь у грі. За кожного типу невизначеності необхідно використовувати певну стратегічну позицію: по-перше, досить точно прогнозоване майбутнє. На цьому рівні невизначеність не є дуже важливою в прийнятті стратегічних рішень.

Менеджерам досить розробити одну стратегію майбутнього розвитку, що має необхідний ступінь точності і стане базою для корпоративної стратегії. У такій ситуації більшості промислових підприємств необхідно дотримуватися адаптивної стратегії, проте також можна використовувати і формуючу стратегію. По-друге, стратегії в умовах альтернативних варіантів майбутнього. У цьому разі керівництву підприємства необхідно розробити кілька відокремлених сценаріїв. Стратегія компанії націлена на те, щоб збільшити ймовірність розвитку галузі за сприятливим для даної компанії сценарієм. У такій ситуації формуюча стратегія націлена на підвищення ймовірності втілення конкретного сценарію. По-третє, стратегії в умовах діапазону можливих варіантів майбутнього. На цьому рівні невизначеності компаніям необхідно виявити низку сценаріїв, які описали б альтернативні варіанти майбутнього, а вже потім зосередитися на відстеженні ринкових сигналів, що вказують, у напрямі якого із цих варіантів іде розвиток. У цьому разі використовується формуюча стратегія, яка націлена на надання ринку загального імпульсу до розвитку, в принципі вигідного для промислового підприємства напряму. Четверте – стратегії в умовах повної непередбачуваності. У цьому разі компаніям необхідно визначити індикатори, здатні сигналізувати про позитивні або негативні зміни на ринку.

Керуючись такими індикаторами, менеджери зможуть відслідковувати еволюцію ринку та модифікувати стратегію у міру надходження нової інформації. Застосовуються формуюча стратегія, а також стратегія збереження права на участь у грі.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У результаті ґрунтовного аналізу наявних в економічній літературі підходів до визначення стратегії розвитку запропоновано розглядати стратегію як детально розроблений план дій, призначений для забезпечення здійснення місії підприємства та досягнення його цілей шляхом розміщення і розвитку необхідних ресурсів для отримання довгострокових конкурентних переваг.

Тому стратегія розглядається як засіб досягнення кінцевого результату. Вона повинна забезпечити підприємству дієві конкурентні переваги. Під час побудови стратегії необхідно дотримуватися загальних та особливих вимог. Дотримання загальних принципів дає можливість сформувати типові характеристики стратегії підприємства, а реалізація специфічних принципів дає змогу передбачити певні ознаки стратегії, які властиві тільки даному підприємству. Поширення принципів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

Результати нашого дослідження, можна стверджувати, полягають в уточненні та формулюванні загальних та специфічних принципів під час формування стратегії, що враховують умови діяльності підприємства. А наукове значення дослідження полягає у розширенні можливостей стратегічного управління під час формування програми поведінки підприємств у ринкових умовах.

Хотілося б відзначити, що формування стратегії розвитку підприємства – це важлива і відповідальна робота на підприємстві, від якого залежить його майбутній стан. Воно є мистецтвом управлінського персоналу, оптимальним використанням наявних ресурсів, це своєчасне реагування на мінливі умови навколишнього середовища, що дає змогу домогтися певних конкурентних переваг і забезпечує підприємству ефективну діяльність і тривалу життєздатність.

Сьогодні підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію дій, а також бути готовим адаптуватися до можливої зміни умов зовнішнього середовища. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень та загостренням конкурентної боротьби. Процеси у зовнішньому середовищі набувають ознак комплексності та взаємодоповнюваності.

Ці явища зумовлюють необхідність наукового пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, стрижнем якого повинна стати стратегія розвитку підприємства, яка має відповідати перетворенням у національній економіці, гармонізувати вплив і взаємозв'язки між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища.

Враховуючи це, стратегія підприємства повинна сприяти розвитку його діяльності, формуванню резервів, ефективному використанню фінансових ресурсів та підвищенню потенціалу підприємства за умов коливань ринкової кон'юнктури. Під час розроблення стратегії розвитку підприємства в невизначених умовах зовнішнього середовища ми рекомендуємо

враховувати різні підходи до формування стратегії залежності від характеристик галузі, в якій функціонує підприємство, а також фактори зовнішнього середовища: економічні, соціально-культурні, політичні, виробничо-технологічні та ринкові.

Вважаємо, що подальше дослідження особливостей формування стратегії розвитку підприємства дасть змогу виявити нові шляхи та способи її створення, які, своєю чергою, спростують адаптацію підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Черкасов В.В., Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. Київ: КНТЕУ, 2002. – С. 142–151.
2. Коломієць Г.М. Спряження невизначеності господарської системи та її реформування: автореф. дис…. д. е. н.: спец. 08.01.01; Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Х., 2006. С. 10.
3. Литвиненко Т.М. Невизначеність ринкового середовища та шляхи її локалізації. Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць КНУ ім. Т.Г. Шевченка. 2009. Вип. 19. С. 46–55.
4. Кэмпбел Д. Стратегический менеджмент: учебник; пер. с англ. Н.И. Алмазовой. М.: Проспект, 2008. 336 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. С.Пб.: Питер, 1999. 416 с.
6. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 454 с.
7. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. К.: Каравела, 2009. 432 с.
8. Мостенська Т.Л. Менеджмент: підручник. К.: Сузір'я, 2008. 690 с.
9. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи. Х.: ІНЖЕК, 2009. 323 с.
10. Словники. Яндекс: пошукова система. URL: http://slovari.yandex.ru/dict/lopatnikov/article/lop/lop-0888.htm.
11. Ткаченко Д.Д. Совершенствование методов стратегического планирования развития промышленного предприятия: дис...канд. экон. наук. Волгоград, 2006. 193 с.
12. Корнеева Т.Ю., Никитин С.А. Формирование стратегии развития промышленных предприятий в условиях неопределенности. Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2009. № 2–2. С. 136–142.
13. Стратегія в умовах невизначенності / Х. Кортні, Дж. Керкленд, П. Вігері. Економічні стратегії. 2002. № 6. С. 78–85.
14. Стратегічне управління підприємством в умовах несприятливого зовнішнього середовища / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. Економічна думка. 2009. № 23. С. 347–356.
15. Фінансова стратегія підприємства / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, О.В. Корольова-Казанська та ін. Економікус. 2009. № 18. С. 141–146.

УДК 336.764.1

ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПОНЯТТЯ «ОБОРОТНІ АКТИВИ» ЯК ОБ'ЄКТУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

PECULIARITIES OF DEFINITION OF THE CONCEPT OF «CURRENT ASSETS» AS A STRATEGIC MANAGEMENT OBJECT

Стратійчук В.М.
аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства,
Київський національний торговельно-економічний університет

Досліджено особливості виникнення поняття «оборотні активи» та обґрунтовано теоретичні основи визначення даного поняття. Виділено основні сутнісні характеристики оборотних активів підприємства. Запропоновано сутнісні ознаки поняття «оборотні активи» як об'єкту стратегічного управління. На основі наявних та запропонованих характеристик сформульовано визначення даного поняття.

Ключові слова: *оборотні активи, оборотний капітал, дебіторська заборгованість, виробничі запаси, операційний цикл.*

Исследованы особенности возникновения понятия «оборотные активы» и обоснованы теоретические основы определения данного понятия. Выделены основные сущностные характеристики оборотных активов предприятия. Предложены сущностные признаки понятия «оборотные активы» как объекта стратегического управления. На основе существующих и предлагаемых характеристик сформулировано определение данного понятия.

Ключевые слова: *оборотные активы, оборотный капитал, дебиторская задолженность, производственные запасы, операционный цикл.*

In the article are explored the peculiarities of the emergence of the concept of «current assets» and substantiated the theoretical foundations of the definition of this concept. Are highlighted the basic essential characteristics of the current assets of the enterprise. In article are offered the essential features of the concept of «current assets» as an object of strategic management. On the basis of existing and proposed characteristics is formulated the definition of this concept.

Key words: *current assets, working capital, accounts receivable, production reserves, operating cycle.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Діяльність будь-якого підприємства нерозривно пов'язана з використанням фінансових ресурсів, ефективне застосування яких забезпечує успішне функціонування підприємства. Значне місце у структурі фінансових ресурсів підприємства займають оборотні активи, що визначають його ліквідність, фінансову стійкість та інвестиційну привабливість. Сучасні реалії функціонування підприємств, що характеризуються ринковими трансформаціями, мінливістю зовнішнього середовища, потребують довгострокового планування оборотних активів, що здійснюється на основі інструментів стратегічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідженням особливостей визначення оборотних активів підприємств присвячено наукові праці низки вітчизняних та іноземних учених, таких як: М.І. Баканов, І.О. Бланк, Є.Р. Брігхем, Н.Ю. Брюховецька, М.В. Володькіна, Н.О. Власова, Н.В. Ізмайлова, Єрмасова Н.Б., Ковальов В.В., Лахтіонова Л.А., Лігоненко Л.О., Мазаракі А.А., Омелянович Л.О., Павлова Л.М., Поддєрьогін А.М., Полторак А.С., Покропивний С.Ф., Райзберг Б.А., Ситник Г.В., Стоянова Є.С. Ушакова Н.М. тощо. Проте, враховуючи сучасні умови господарювання, доцільно розглядати дане поняття в контексті стратегічного управління.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котримприсвячується означена стаття. Термін «оборотні активи» широко застосовується у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі та трактується науковцями відповідно до умов функціонування підприємств в різні історичні періоди. Основним завданням сьогодні є адаптація даного поняття до сучасного економічного середовища, що характеризується ринковими трансформаціями, мінливістю зовнішніх умов господарювання підприємств.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є адаптація поняття

«оборотні активи» до сучасних умов господарювання та трактування його як об'єкту стратегічного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. У сучасній економічній та фінансовій термінології поняття «оборотні активи» досить широко трактується також іншими термінами, зокрема «оборотний капітал», «поточні активи», «оборотні фонди», «фонди обігу», «оборотні засоби» тощо. У вітчизняній нормативній та економічній літературі застосовується виключно поняття «оборотні активи», тому ми будемо акцентувати увагу саме на такому трактуванні.

З нашої точки зору, доцільно застосовувати саме термін «оборотні активи», адже оборотний капітал є фінансовою частиною формування оборотних активів, оборотні засоби – це матеріально-речова частина оборотних активів, фонди обігу теж становлять лише частку оборотних активів підприємства, що обслуговує процес руху товарів до споживача. Зважаючи на те, що дефініція «оборотні активи» є ширшою за інші вищезазначені, в подальшому ми будемо використовувати виключно термін «оборотні активи».

Виникнення терміну «оборотні активи» сучасні науковці пов'язують із представниками школи фізіократів. Уперше його використав засновник школи фізіократів Франсуа Кене в 1766 р. Проте в часи виникнення даного поняття його ототожнювали із терміном «оборотний капітал», описуючи роль капіталу, Ф. Кене поділив його на два види: «первинні» та «річні» аванси та назвав їх відповідно «основний» та «оборотний» капітал [1, с. 228].

Адам Сміт поділяв наукові погляди фізіократів стосовно капіталу, він також передбачав його розподіл на основний та оборотний. Під оборотним капіталом він розумів капітал купця, тобто запаси, грошові кошти, товар. У структурі оборотного капіталу А. Сміт виділяє грошові кошти, за допомогою яких здійснюється оборот інших частин оборотного капіталу, розподіл товарів між споживачами, використання запасів, матеріалів та напівфабрикатів у виробництві [1, с. 229].

Джеймс Міль розглядав оборотний капітал як частку капіталу, який після одноразового функціонування припиняє існування як капітал і вичерпує свою функцію у виробництві, постійно відтворюється завдяки продажу готових виробів, а потім постійно витрачається на купівлю сировини, матеріалів та заробітної плати, тобто не залишається у власників, а переходить із рук у руки [1, с. 229].

Опираючись на визначення вищезазначених учених, сучасні науковці трактують поняття «оборотні активи» з різних поглядів, сьогодні існує велика кількість дефініцій даного поняття, що свідчить про значну увагу сучасних науковців до зазначеної категорії. Для виділення найбільш значущих сутнісних характеристик оборотних активів проаналізуємо поняття «оборотні активи» з погляду сучасних вітчизняних та іноземних науковців.

Найбільш вузьке визначення поняття «оборотні активи», на нашу дамку, належить Б.А. Райзбергу, який у Сучасному економічному словнику визначає оборотні активи як «оборотні кошти підприємств, фірм, що відображаються в активі їх бухгалтерського балансу» [2]. У цьому понятті автор ідентифікує лише одну сутнісну характеристику – «відображення в активі бухгалтерського балансу». Дана характеристика, на нашу думку, є вірною. Проте недоліком зазначеного визначення є трактування поняття лише з урахуванням облікового аспекту. Доцільним було б його доповнити джерелами формування та способами використання оборотних активів.

Більш ширшим визначенням поняття «оборотні активи» є трактування М.В. Володькіної, яка визначає оборотні активи як «сукупність коштів, що забезпечують безперервний їх кругообіг» [3, с. 67].

Окрім розглянутих характеристик попереднього визначення, автор також виділяє такі ознаки: «сукупність коштів» та «забезпечення безперервного кругообігу коштів». На нашу думку, дані характеристики вірні, проте вони є загальними для досліджуваного поняття та недостатньо відображають його. Так, характеристика «сукупність коштів» не визначає джерела їх формування та структуру коштів. Наступна характеристика – «забезпечення безперервного кругообігу коштів» – безумовно, належить до даного поняття, проте вона є досить вузькою, адже не показує вектори використання коштів, механізм їх функціонування, а також показує лише монетарну форму оборотних активів.

Вітчизняна дослідниця Н.Б. Єрмасова характеризує поняття «оборотні активи» як «засоби, інвестовані підприємством у поточні операції під час кожного операційного циклу» [4].

Основними сутнісними характеристиками даного поняття є такі: «засоби, інвестовані підприємством в поточні операції» та «інвестування під час кожного операційного циклу». На нашу думку, зазначені ознаки належать до поняття «оборотні активи», проте мають низку недоліків. Перша сутнісна характеристика свідчить про інвестиційний характер оборотних активів, проте ми вважаємо, що таке трактування є недоцільним, адже воно більше належить до поняття «оборотний капітал», який визначається у сучасній економічній літературі як інвестиції в оборотні активи. Наступну ознаку, на нашу думку, доцільніше було б сформулювати з урахуванням використання активів під час одного операційного циклу.

Американські вчені Глен Арнольд та Кяран Уолш розглядають поняття оборотних активів як «сукупність коштів, що становить різницю між

поточними активами і поточними пасивами, яка характеризує рівень ліквідності короткострокової фінансової діяльності підприємства та є капіталом, що перебуває в обігу» [5].

Крім вищезазначених характеристик, ці автори виділяють такі: «різниця поточними активами і поточними пасивами», «характеристика рівня ліквідності короткострокової фінансової діяльності підприємства». Дані характеристики у цілому є вірними, проте ми вважаємо, що вони мають низку недоліків. Основним недоліком першої ознаки, на нашу думку, є характеристика поняття «оборотні активи» з погляду їх коригування з урахуванням поточних пасивів; ми вважаємо, що доцільніше було б розглядати це поняття з погляду джерел формування оборотних активів. Друга характеристика є доцільною у процесі трактування поняття «оборотні активи», проте ми вважаємо, що краще було б трактувати, що дана різниця «забезпечує діяльність підприємства», адже оборотні активи беруть участь не лише у фінансовій, а й інших видах діяльності підприємства.

А.М. Поддєрьогін визначає, що «оборотні активи являють собою частку майна підприємства, що втілена у матеріально-виробничих запасах, залишках грошових коштів, незакінчених розрахунках, фінансових вкладеннях (частина авансованого капіталу підприємства)» [6]. У цьому визначенні, крім розглянутих вище характеристик, автор ідентифікує таку: «Частка майна підприємства, що втілена у матеріально-виробничих запасах, залишках грошових коштів, незакінчених розрахунках фінансових вкладеннях». Ми погоджуємося з автором, адже поняття «оборотні активи» характеризується не лише сукупністю коштів, як трактували попередні автори, а й включає інші види матеріальних активів. Недоліком цього визначення, на нашу думку, є спрямування уваги автора лише на джерела формування оборотних активів та відсутність характеристик механізмів та напрямів їх використання.

У вітчизняному законодавстві, зокрема у Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», поняття «оборотні активи» трактується як «грошові кошти та їх еквіваленти, які не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації або споживання протягом операційного циклу, або протягом двадцяти місяців із дати балансу» [7].

У цьому визначенні досить доцільно використовуються сутнісні характеристики, що доповнюють попередні трактування, такі як «грошові кошти та їх еквіваленти, які не обмежені у використанні», «призначені для реалізації або споживання протягом операційного циклу». Перша характеристика свідчить про необмеженість використання грошових коштів, що належать до оборотних активів підприємства, наступна ж – про часові рамки використання оборотних активів. Дані характеристики є взаємопов'язаними, адже необмеженість їх використання пояснюється тим, що в будь-якому разі визначена сума активів повинна бути використана протягом одного операційного циклу. Ми погоджуємося з даним документом і вважаємо, що зазначені ознаки характеризують поняття «оборотні активи», є вірними та доцільними.

Визначення оборотних активів І.О. Бланком, на нашу думку, точно та вірно характеризує сутність даного поняття та трактується як «сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточну виробничо-комерційну діяльність підприємства та повністю споживаються (змінюють свою форму) на протязі одного операційного циклу» [8, с. 275].

Сутнісними характеристиками даного поняття, що доповнюють попередні, є такі: «майнові цінності, що обслуговують поточну виробничо-комерційну діяльність підприємства» та «повністю споживаються (змінюють свою форму) на протязі одного операційного циклу». Ми погоджуємося з даними характеристиками, адже оборотні активи забезпечують поточну діяльність підприємства, до якої належать виробнича, фінансова та інвестиційна сфери поточної діяльності. Досить слушною є друга сутнісна ознака автора, в якій він трактує, що оборотні активи змінюють свою форму протягом операційного циклу, що характеризує рух оборотних активів у процесі функціонування.

Досить цікавою є думка Н.О. Власової стосовно трактування поняття «оборотні активи», яка визначає їх як «елемент ресурсного потенціалу, який контролюється підприємством та призначений для забезпечення безперервного, планомірного процесу господарської діяльності, споживається однократно для забезпечення певної економічної вигоди в майбутньому» [9, с. 10].

У своєму визначенні дослідниця до низки наявних характеристик додає ще такі: «елемент ресурсного потенціалу, що контролюється організацією», «елемент ресурсного потенціалу призначений для забезпечення безперервного, планомірного процесу господарської діяльності», «для забезпечення певної економічної вигоди в майбутньому».

З нашої точки зору, дані сутнісні характеристики доцільно вживати для визначення поняття «оборотні активи». Перша сутнісна характеристика описує основне джерело формування оборотних активів, тобто свідчить, що вони не існують ізольовано, а становлять частку ресурсного потенціалу підприємства. Наступна ознака, на нашу думку, є важливою, адже розглядає господарську діяльність підприємства як планомірний процес, який, власне, забезпечують оборотні активи. Дану сутнісну характеристику доповнює наступна, позитивною стороною якої є стратегічний аспект функціонування оборотних активів, що виражається в отриманні економічних вигод у майбутньому.

Варто приділити увагу визначенню А.С. Полторака, який трактує поняття «оборотні активи» як «сукупність фінансових та матеріальних активів, не обмежених у використанні, які обслуговують господарський процес та призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу або одного року з дати складання балансу та забезпечення безперервності виробничо-комерційного циклу» [10].

Крім усіх вищезазначених характеристик, автор ідентифікує ще таку ознаку, як «забезпечення безперервності виробничо-комерційного циклу». Ми погоджуємося з позицією автора й уважаємо, що ця характеристика є важливою для трактування поняття «оборотні активи» та слушно доповнює зазначені вище характеристики. Необхідність цієї ознаки пояснюється тим, що вона характеризує мету функціонування оборотних активів.

Досить цікавою є думка Н.В. Ізмайлової, яка економічну сутність оборотних активів убачає у «втілених у них грошових коштах, що повністю споживаються чи реалізуються впродовж одного виробничого циклу під час здійснення операційної фінансової та інвестиційної діяльності, що сприяє безперервності виробничо-комерційного циклу, а також дає змогу підтримувати достатній рівень ліквідності і прибутковості підприємства» [11, с. 8].

До виділених вище ознак автор відносить ще такі сутнісні характеристики даного поняття. Першою характеристикою є така: «Грошові кошти реалізуються під час здійснення операційної фінансової та інвестиційної діяльності». Ми погоджуємося з автором стосовно даного трактування, адже оборотні активи безпосередньо беруть участь у даних видах діяльності підприємства, проте таке трактування лише розширює дефініцію оборотних активів І.О. Бланка. Наступною характеристикою даного поняття є «підтримка достатнього рівня ліквідності й прибутковості підприємства». Дане трактування є доцільним, оскільки функціонування оборотних активів на підприємстві, їх кругообіг здійснюються для забезпечення достатнього рівня ліквідності та прибутковості підприємства.

Найбільш точним, на нашу думку, є трактування вітчизняних науковців А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакової, які акцентують увагу на визначенні поняття оборотних активів торговельного підприємства. На їхню думку, оборотні активи торговельного підприємства – це «сукупність матеріальних та грошових цінностей (економічних ресурсів) підприємства, що знаходяться в постійному кругообігу, змінюють власну матеріальну форму на протязі одного операційного циклу, в повному обсязі переносять свою вартість на товари, які реалізує підприємство» [12, с. 524].

Дані автори, крім низки вищезазначених, ідентифікують ще одну сутнісну характеристику даного поняття – «перенесення вартості на товари, які реалізує підприємство в повному обсязі». Ми вважаємо, що ця характеристика є вірною та слушно доповнює зазначені вище сутнісні характеристики і показує, що досліджувана частина активів підприємства повністю використовується під час реалізації товарів підприємством. Автори визначають сутність поняття «оборотні активи» з погляду їх функціонування, тобто участі в постійному кругообігу, що є цілком вірним та визначає аспект зміни матеріальної форми оборотних активів підприємства протягом операційного циклу.

Таким чином, сучасні науковці характеризують поняття «оборотні активи» такими позитивними сутнісними ознаками:

– частина майна підприємства, що втілена у матеріально-виробничих запасах, залишках грошових коштів, незакінчених розрахунках, фінансових вкладеннях;

– елемент ресурсного потенціалу, що контролюється організацією;

– грошові кошти, призначені для реалізації або споживання протягом операційного циклу;

– елемент ресурсного потенціалу, призначений для забезпечення безперервного, планомірного процесу господарської діяльності;

– обслуговують поточну виробничо-комерційну діяльність підприємства;

– у повному обсязі переносять свою вартість на товари, які реалізує підприємство;

– функціонують для забезпечення певної економічної вигоди в майбутньому;

– працюють для підтримки достатнього рівня ліквідності й прибутковості підприємства.

Зазначені характеристики є доцільними для трактування поняття «оборотні активи». Проте сучасні умови господарювання вітчизняних підприємств вимагають адаптації даного поняття до змін, що відбуваються. Мінливість зовнішнього середовища, ринкові трансформації та нестабільна економічна ситуація а країні вимагають пошуку шляхів пристосування вітчизняних підприємств до нинішніх умов господарювання, тому ми пропонуємо включити до списку сутнісних характеристик поняття «оборотні активи» ще такі:

1. Частка стратегічного ресурсного потенціалу підприємства. Оскільки оборотні активи є функціональною частиною ресурсного потенціалу підприємства, тобто постійно обертаються для забезпечення економічних вигод підприємства, вони також займають важливе місце у структурі стратегічного потенціалу підприємства. Шведською консультаційною компанією «Майсігма» було розроблено модель ефективної структури стратегічного потенціалу підприємства, в якій одне з основних місць посідають оборотні активи як основний індикатор забезпечення прибутковості підприємства завдяки здатності постійно обертатися [13]. На нашу думку, важливою характеристикою поняття «оборотні активи» як об'єкта стратегічного управління є їх

Рис. 1. Сутнісні характеристики поняття «оборотні активи» як об'єкта стратегічного управління

визначення як частини стратегічного потенціалу підприємства.

2. Спрямування функціонування оборотних активів на досягнення стратегічної цілі підприємства. Зважаючи на те, що стратегічне управління є одним із найбільш ефективних сучасних методів планування, розгляд поняття «оборотні активи» як об'єкта стратегічного управління дасть змогу спрямувати функціонування оборотних активів на забезпечення єдиної стратегічної цілі, що буде діяти на протязі багатьох операційних циклів і, таким чином, спрогнозувати можливі фінансові ризики в майбутньому та здійснити пошук способів їх подолання. Тобто ми спробуємо адаптувати поняття «оборотні активи», яке до цього часу використовувалося у короткостроковому функціонуванні, до умов довгострокового.

Найвагоміші сутнісні характеристики, що розкривають зміст категорії «оборотні активи», зображено на рис. 1

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Сучасні умови функціонування підприємств характеризуються мінливістю зовнішнього середовища, що відображається у всіх напрямах діяльності вітчизняних підприємств. Поняття «оборотні активи» досі розглядалися науковцями з погляду поточного управління. Проте врахування сучасних умов господарювання потребує адаптації даного поняття до довгострокового планування, одним з основних інструментів якого є стратегічне управління, що дає змогу спрямувати поточне функціонування оборотних активів на досягнення довгострокових стратегічних цілей підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Семенюк Н.О. Історичні аспекти еволюції трактування поняття «оборотний капітал" в економічній теорії. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2012. Вип. 8(2). С. 227–231.
2. Сучасний економічний словник / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева; 5-е вид., перероб. і доп. М.: ИНФРА-М, 2006. 495 с.
3. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства: навч. посіб. для ВНЗ. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 195 с.
4. Ермасова Н.Б., Ермасов С.В. Финансовый менеджмент: учеб. пособ.; 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2010.

5. Уолш К. Ключевые показатели менеджмента. М.: Дело, 2000. С. 47.
6. Фінанси підприємств: підручник / За ред. проф. А.М. Поддєрьогіна; 3-є вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2000. 460 с.
7. Національне положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» поточна редакція, редакція від 14.03.2017.
8. Бланк І.О. Основи фінансового менеджменту: у 2-х т. Т. 1; 3-є вид., перероб. і доп. М.: Омега-Л, 2011. 656 с.
9. Бухгалтерський словник / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. Житомир: Рута, 2001. 224 с.
10. Полторак А.С. Визначення сутності оборотних активів: сучасні науково-методологічні підходи. Ефективна економіка. 2013. № 7.
11. Ізмайлова Н.В. Управління оборотними активами підприємств: автореф. дис. … канд. екон. наук: 08.00.08; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. К., 2009. 20 с.
12. Економіка торговельного підприємства: підручник для студ. вищих навч. закл. / А.А. Мазаракі та ін.; ред. Н.М. Ушакова. К.: Хрещатик, 1999. 798 с.
13. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник; 2-е вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2004. 699 с.
14. Бланк И.А. Управление активами. К.: Ника-Центр, 2000. 720 с.

УДК 330.01:338.222

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВИТРАТ НА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ТА ФІЗИЧНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

STUDYING THE INFLUENCE OF EXPENSES ON THE FORMATION OF THE INTELLECTUAL AND PHYSICAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE

Ступнікер Г.Л.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, економіки
і управління персоналом підприємства,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Фісуненко П.А.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, економіки
і управління персоналом підприємства,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Статтю присвячено дослідженню структури витрат у процесі формування інтелектуального та фізичного капіталу вітчизняних підприємств. Доведено, що посилення ролі аналітичної функції є ключовим завданням у реалізації економічної політики підприємств, що прагнуть підвищення рівня прибутковості своєї діяльності.

Ключові слова: *інтелектуальний капітал, фізичний капітал, вартість, витрати, управління витратами, прибутковість.*

Статья посвящена исследованию структуры затрат в процессе формирования интеллектуального и физического капитала отечественных предприятий. Доказано, что усиление роли аналитической функции является ключевой задачей в реализации экономической политики предприятий, стремящихся повышать уровень прибыльности своей деятельности.

Ключевые слова: *интеллектуальный капитал, физический капитал, стоимость, затраты, управление затратами, прибыльность.*

The article is devoted to the study of the structure of expenses in the process of formation of the intellectual and physical capital of enterprises. It is proved that strengthening the role of the analytical function is a key task in implementing the economic policy of enterprises seeking to increase the level of profitability of their activities.

Key words: *intellectual capital, physical capital, value, costs, cost management, profitability.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Актуальність дослідження аналітичних аспектів управління витратами підприємства зумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні нагальною є потреба підвищення ефективності господарювання більшості вітчизняних підприємств. Так, за останні роки економічної кризи показники ефективності діяльності вітчизняних підприємств значно погіршилися: зменшилися обсяги виробництва, знизилася його рентабельність, різко скоротилися інвестиції. Крім об'єктивних причин суспільно-політичного спрямування, таке положення також є наслідком занедбання аналітичного напряму економічної діяльності на підприємствах усіх форм власності. У пошуках шляхів підвищення ефективності своєї діяльності підприємства намагалися досягти збільшення прибутків не за допомогою ретельного економічного розрахунку, зниження собівартості продукції, а постійним підвищенням цін на свою продукцію.

Хоча в такий спосіб окремим підприємствам і вдалося тимчасово досягти бажаних результатів, але у цілому цей підхід призвів до поглиблення економічної кризи. Для того щоб у разі досягнення стабілізації вітчизняної економіки підприємство могло досягти економічного зростання, необхідно проводити постійне вдосконалення його економічної діяльності, зокрема її аналітичного складника. Суттєвим складником цього вдосконалення є створення такої системи управління витратами підприємства, що сприяла б економічному обґрунтуванню управлінських рішень.

В умовах сучасної ринкової економіки інтелектуальний капітал (ІК) підприємства виступає чинником виробництва, який здійснює свій внесок у процес створення як доданої вартості, так і фінансового результату підприємства разом з іншими традиційними чинниками. У зв'язку із цим ІК є фактором зростання обсягу загального капіталу виробничої структури, де, на нашу думку, слід виокремлювати фізичний та інтелектуальний складники. Інтелектуальний капітал підприємства пропонується визначати як величину капіталізованого наднормативного прибутку, що отримує підприємство в процесі виробничо-господарської діяльності за рахунок наявності у нього конкурентних переваг, зумовлених людським, технологічним та ринковим складниками цього капіталу.

Однак вартісна оцінка інтелектуального капіталу ускладнюється тим, що за економічною сутністю він не належить до традиційних активів підприємства. Питання його ідентифікації та обліку є практично новим для вітчизняної економічної науки, оскільки більшість з інтелектуальних ресурсів не входять до складу облікових активів організації і, отже, не є об'єктами бухгалтерського та управлінського обліку.

Сутність основних принципів вартісної оцінки дає змогу визначити здебільшого вартість фізичного капіталу – матеріальних та фінансових ресурсів, якими володіє підприємство на правах власності або користується на умовах платності та повернення. Разом із тим основою інтелектуального капіталу є інтелектуальні ресурси, наявність яких у складі загального капіталу свідчить про необхідність його структуризації на фінансовий та інтелектуальний складники. Подібні міркування вимагають перегляду як теоретичних основ класичних постулатів економічної науки, так і прикладних методик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Формування і використання інтелектуального капіталу на підприємстві пов'язані зі значними інвестиціями (фінансування людського, технічного, ринкового капіталу), які в традиційних фінансових звітах відображаються за витратним принципом і не розглядаються в аспекті ключових чинників формування прибутку. Вітчизняні підприємства, які володіють значними інтелектуальними ресурсами, проводять свою облікову політику виходячи з основоположних принципів стандартизації облікових процедур, оскільки не мають законодавчо-методичного підґрунтя щодо відображення складників ІК у своєму балансі. У результаті виникає значний розрив між балансовою вартістю фірми та її ринковою капіталізацією, що пояснюється як об'єктивними, так і суб'єктивними факторами [1].

Дослідженню різних аспектів, що розкривають сутність поняття витрат, присвячено значну кількість наукових праць вітчизняних фахівців. Так, І.Є. Давидович розглядає систему управління витратами як складника комплексної системи менеджменту підприємств і організацій в умовах ринкової економіки [2]. Питанням функціонування інформаційно-аналітичної системи управління витратами присвячене дослідження Г.О. Партин [3], яка пов'язує цей процес із максимізацією можливості створення конкурентних переваг підприємства.

Хоча сучасний погляд на категорію витрат є досить різноманітним, однак у більшості характеристик витрати підприємства визначаються як обсяг використаних ресурсів підприємства у грошовому вимірі. Нормативне трактування стосовно поняття «витрати» викладено у Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку (П(С)БО): «Витратами визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені» [4].

Досить велика багатомірність терміну «витрати» вимагає нових підходів до визначення цієї категорії та значних термінологічних уточнень, на яких наполягають окремі автори. Професор І.О. Бланк розуміє під витратами споживання трудових, фінансових ресурсів, матеріальних і нематеріальних ресурсів [5]. Підхід Ф.Ф. Бутинця є більш узагальнюючим: під витратами він пропонує розуміти спожиті ресурси або гроші, які необхідно заплатити за товари, роботи і послуги, пропонуючи при цьому загальну формулу дійсних витрат виробництва [6].

Варто визнати, що у сучасній постіндустріальній економіці головними завданнями обліку є багатоаспектне вимірювання та інтерпретація результатів діяльності суб'єкта господарювання, а також оцінка вартості його економічних ресурсів. Водночас бухгалтерський облік уважається одним з основних інструментів й одним із найважливіших інститутів, що забезпечують перетворення нематеріальних активів як складника економічного потенціалу на капітал [9].

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. З урахуванням вищезазначених особливостей функціонування вітчизняної промисловості мета статті полягає у створенні методики оцінки й аналізу витратоутворюючих чинників, яка б давала змогу досліджувати процеси функціонування інтелектуального та фізичного капіталу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Необхідність управління затратами на формування як фізичного, так й інтелектуального капіталу зумовлює розроблення системи показників, що дають змогу оцінити рівень ефективності їх функціонування. Такі показники мають ґрунтуватися на застосуванні класичного підходу до визначення чинників ефективності, тобто враховувати співвідношення результатів і витрат, доповненого сучасними поглядами сто-

совно відмінностей між витратами та інвестиціями. Крім того, ці показники повинні базуватися на такому чиннику результативності управління підприємствами, як показник доданої вартості.

У період фінансово-економічної кризи показник прибутковості власного капіталу для багатьох підприємств набуває негативного значення, тому дослідження процесів формування, а тим більше оцінювання витрат для вітчизняних виробничих структур стають ускладненими. З огляду на це, одержана на основі використання традиційних чинників аналітична інформація стає обмеженою і не може бути застосована для оцінки можливостей підприємств щодо покриття витрат, пов'язаних із формуванням його власного капіталу, адже отримання негативного фінансового результату свідчить, на нашу думку, про неефективну структуру затрат, що спрямовуються на функціонування матеріальних (фізичних і фінансових) та інтелектуальних ресурсів, які підприємство використовує в процесі виробництва і реалізації продукції.

Як правило, традиційно діяльність підприємства оцінюються такими показниками, як виручка від реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг), що дає змогу оцінювати виробничо-збутові бізнес-процеси, та прибуток, який є фінансовим виміром результату такої діяльності. З метою неоднозначності цих критеріїв показник доданої вартості узагальнюючим чином відображає результативність діяльності підприємства завдяки тому, що саме додана вартість є вихідним джерелом формування фінансового результату підприємства. Вона розподіляється у формі заробітної плати, дивідендів, фінансових витрат і податків, при цьому її частина у вигляді нерозподіленого прибутку поповнює власний капітал підприємства для подальшого його розвитку.

Для підвищення обґрунтованості вибору методичного підходу до аналізу вибраних показників варто визначити, яку роль відіграє додана вартість у виробничих відносинах. Звісно, поняття доданої вартості та її економічний зміст змінювалися у різні періоди розвитку економічної теорії, і сьогодні вважається, що цей термін є сучасним трактуванням поняття додаткової вартості. При цьому як постійний капітал (який ми відносимо до фізичного), так й перемінний капітал (що є складником капіталу інтелектуального) виступають однаково важливими факторами, що впливають на величину доданої вартості, яка створюється на підприємстві в процесі виробництва продукції.

Однак визначення сутності та складу доданої вартості має дещо інший зміст порівняно з додатковою вартістю, бо, на відміну від марксистського тлумачення, у цьому разі мається на увазі вартість, яка створюється на підприємстві й додається до витрат минулої уречевленої праці, що є витратами проміжного споживання. Значною перевагою даного показника, на нашу думку, є те, що в його основі лежить взаємозв'язок трьох ключових величин, які відображають результативність економічної діяльності підприємства: доданої вартості, прибутку і капіталу.

Отже, додана вартість є значно глибшим і більш фундаментальним критерієм результативності та ефективності діяльності підприємства, ніж прибуток. Її застосування як показника дає змогу вимірювати діяльність підприємства у цілому, зважаючи на всі зацікавлені сторони: персонал підприємства, державу, власників капіталу, кредиторів й інвесторів та з урахуванням суспільної вигоди.

В економічній науці існують різні підходи до визначення доданої вартості: залишковий та адитивний. У першому випадку додана вартість має назву створеної, а у другому – розподіленої.

Створена додана вартість ($С_{ДВ}$) визначається як різниця між виручкою та затратами проміжного споживання:

$$C_{ДВ} = B - З_{ПС}, \qquad (1)$$

де В – виручка від реалізації продукції;

$З_{ПС}$ – затрати проміжного споживання.

До затрат проміжного споживання належать усі поточні затрати, пов'язані з випуском продукції на даному підприємстві. Таким чином, модель розрахунку показника створеної доданої вартості з урахуванням складу затрат на проміжне споживання має вигляд:

$$C_{ДВ} = B - \left(МВ + АМ_{ОЗ} + АМ_{НМА} + I_{В}\right), \qquad (2)$$

де МВ – матеріальні витрати, до яких належать витрати на сировину, матеріали, паливо, енергію, комплектуючі вироби;

$АМ_{ОЗ}$ – амортизаційні відрахування на відтворення основних засобів;

$АМ_{НМА}$ – амортизаційні відрахування на відтворення нематеріальних активів;

$I_{В}$ – інші витрати, у т. ч. інші операційні витрати (ІОВ), витрати на збут (Взб) та адміністративні витрати (АВ).

Варто зазначити, що додана вартість, розрахована залишковим методом, є величиною фактично створеної доданої вартості.

Розподілена додана вартість ($Р_{ДВ}$) розраховується як сума складників прибутку, заробітної плати, податків та відсотків по кредитах:

$$Р_{ДВ} = ЧП + ПП + ФОП + ВСЗ + ФВ, \qquad (3)$$

де ЧП – чистий прибуток;

ПП – податок на прибуток;

ФОП – фонд оплати праці на підприємстві;

ВСЗ – відрахування на соціальні заходи;

ФВ – фінансові витрати (оплата відсотків по кредитах).

Отже, розрахунок величини доданої вартості адитивним методом (на відміну від залишкового методу, в якому враховуються витрати проміжного споживання) включає витрати, здійснені на підприємстві у процесі виробничо-господарської діяльності.

Під час порівняння двох варіантів розрахунку доданої вартості вказаними методами однакове

значення цих величин будуть мати лише прибуткові підприємства.

Згрупуємо окремі елементи затрат, на які розподіляється виручка від реалізації продукції:

$$B = (ЧП + ПП + ФВ) + (ФОП + ВСЗ + Взб + \\ + АВ + АМ_{НМА}) + (МВ + ІОВ + АМ_{ОЗ}) \quad (4)$$

Перший складник правої частини рівняння дає змогу визначити величину прибутку, що отримує власник капіталу від операційної діяльності ($П_{оп}$). Фонд оплати праці найманих працівників підприємства є основним складником затрат на формування інтелектуального капіталу, оскільки матеріальний фактор є найбільш дієвим мотиваційним фактором, який стимулює високопродуктивну працю і, таким чином, здійснює формоутворюючий вплив на людський складник цього виду капіталу. Зростання рівня матеріального заохочення призводить до підвищення загального рівня ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства, що є важливою умовою створення доданої вартості та визначальною основою для отримання наднормативного прибутку підприємством.

Своєю чергою, адміністративні витрати відображають загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства, а витрати на збут ураховують ті витрати підприємства, що виникають у процесі реалізації продукції (товарів) – витрати на утримання підрозділів, що займаються збутом продукції (товарів), рекламу, доставку продукції споживачам тощо.

Виходячи з вищезазначеного, є підстави вважати, що сума ФОП і ВСЗ є затратами на формування людського капіталу, $АМ_{НМА}$ – затратами на відтворення технологічного капіталу, АВ і Взб є затратами на формування ринкового капіталу. Таким чином, можемо об'єднати їх до узагальнюючого показника, що характеризує затрати на формування інтелектуального капіталу ($З_{ІК}$).

Суму матеріальних витрат (МВ), інших операційних витрат (ІОВ) і амортизаційних відрахувань на відтворення основних засобів ($АМ_{ОЗ}$) об'єднаємо в єдиний показник затрат на формування фізичного капіталу ($З_{ФК}$).

Надалі формула 4 приймає вигляд:

$$B = П_{оп} + З_{ІК} + З_{ФК} . \quad (5)$$

Поділивши обидві частини рівняння на величину виручки, маємо:

$$\frac{П_{оп}}{B} = 1 - (\frac{З_{ІК} + З_{ФК}}{B}) , \quad (6)$$

звідки:

$\frac{З_{ІК}}{B} = ЗЄ_{ІК}$ – затратоємність продукції за інтелектуальним капіталом (ІК);

$\frac{З_{ФК}}{B} = ЗЄ_{ФК}$ – затратоємність продукції за фізичним капіталом (ФК).

Варто зазначити, що для підвищення можливостей підприємства щодо формування інтелектуального капіталу важливо не ставити за мету абсолютне зменшення витрат у вартісному виразі, а намагатися врівноважити саме динаміку темпів співвідношення показників $З_{ІК}$ та $З_{ФК}$.

Обидва чинники є ключовими факторами впливу на розмір загального капіталу, що використовує підприємство в процесі виробничо-господарської діяльності. При цьому різноспрямованість затрат на інтелектуальний і фізичний капітал указує на необхідність удосконалення структури загального капіталу підприємств у напрямі зростання його інтелектуального складника.

На основі різних комбінацій показників, що визначають певні співвідношення між фізичним та інтелектуальним капіталом, з одного боку, та виручкою від реалізації продукції і доданої вартості – з іншого, розраховуються коефіцієнти міжелементного зв'язку, кожен з яких має свою економічну інтерпретацію (табл. 1).

Подальший аналіз наявної сукупності функціональних взаємозв'язків між показниками, що впливають на рівень затратоємності продукції за ІК, доцільно подати в детермінованому вигляді:

$$ЗЄ_{ІК} = \frac{З_{ІК}}{B} = \frac{З_{ІК}}{З_{ФК}} \times \frac{ДВ}{B} \times \frac{З_{ФК}}{ДВ} , \quad (7)$$

де $ЗЄ_{ІК}$ – затратоємність продукції за ІК;

В – виручка від реалізації продукції;

ДВ – додана вартість.

Визнаючи затрати на формування інтелектуального капіталу підприємства інвестиціями, спрямованими на забезпечення конкурентоспроможності продукції та для збалансованості витрат підприємства, складники детермінованої факторної моделі, на нашу думку, мають бути спрямовані так:

$\frac{З_{ІК}}{З_{ФК}} \to \max$ – співвідношення затрат на формування інтелектуального і фізичного капіталу;

$\frac{ДВ}{B} \to \max$ – питома додана вартість;

$\frac{З_{ФК}}{ДВ} \to \min$ – співвідношення затрат проміжного споживання і доданої вартості.

При цьому питома додана вартість ($П_{ДВ}$) визначається за формулою:

$$П_{ДВ} = \frac{ДВ}{B} \times 100\% , \quad (8)$$

а коефіцієнт затратоємності продукції за фізичним капіталом розраховується як співвідношення затрат на формування фізичного капіталу та виручки:

$$ЗЄ_{ФК} = \frac{З_{ФК}}{B} . \quad (9)$$

При цьому варто зазначити, що виконання умови перевищення темпів зростання $З_{ІК}$ над темпами зростання $З_{ФК}$ дає змогу підвищити здатність підприємства до використання свого інтелектуального потенціалу, фінансовим виміром якого є зростання виручки від продажу конкурентоспроможної продукції, у результаті чого підприємство отримує додаткові фінансові можливості для формування ІК.

Таблиця 1

Система показників функціональних зв'язків між фізичним та інтелектуальним капіталом

Найменування показника	Виручка від реалізації (В)	Затрати на фізичний капітал ($З_{ФК}$)	Додана вартість (ДВ)	Затрати на інтелектуальний капітал ($З_{ІК}$)
Виручка від реалізації (В)	1	$\frac{З_{ФК}}{В}$	$\frac{ДВ}{В}$	$\frac{З_{ІК}}{В}$
Затрати на фізичний капітал ($З_{ФК}$)	$\frac{В}{З_{ФК}}$	1	$\frac{ДВ}{З_{ФК}}$	$\frac{З_{ІК}}{З_{ФК}}$
Додана вартість (ДВ)	$\frac{В}{ДВ}$	$\frac{З_{ФК}}{ДВ}$	1	$\frac{З_{ІК}}{ДВ}$
Затрати на інтелектуальний капітал ($З_{ІК}$)	$\frac{В}{З_{ІК}}$	$\frac{З_{ФК}}{З_{ІК}}$	$\frac{ДВ}{З_{ІК}}$	1

Саме у цьому й виявляються мультиплікативні властивості інтелектуального капіталу, прояв яких у процесі ефективної виробничо-господарської діяльності підприємства забезпечує високу прибутковість, слугує джерелом фінансування інтелектуальних ресурсів та є вирішальним фактором забезпечення конкурентних ринкових переваг.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Стандартні методи бухгалтерського та управлінського обліку, на яких базується формування фінансових результатів підприємства, не дають змоги повною мірою врахувати вплив факторів, пов'язаних із використанням підприємством інтелектуальних ресурсів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності виробництва, поліпшенню якості продукції, технологічному оновленню, посиленню інноваційної спрямованості економічних процесів. Тому переосмислення чинних стандартів і доповнення їх новими вимагає мінімізувати фундаментальні протиріччя між традиційною методологією обліку й особливостями сучасної інформаційно-інтелектуальної економіки.

Запропонована у статті модель структуризації витрат підприємства відображає наявність системного впливу між:

– витратами, пов'язаними з відтворенням фізичного (ідентифікованого в балансі підприємства) й інтелектуального (не ідентифікованого, але сформованого в процесі виробничо-господарської діяльності) капіталу;

– ключовими фінансовими показниками, що характеризують результативність та ефективність виробничо-господарської діяльності.

Застосування представленої у цій статті системи показників дасть змогу здійснювати економічний аналіз традиційних чинників, що характеризують витрати підприємства в процесі його економічної діяльності. Своєю чергою, розвиток саме управлінської функції обліку дасть змогу доповнити традиційні показники, що містяться у формах фінансової звітності, відомостями про інтелектуальні ресурси у їх взаємодії з матеріальними та фінансовими. Такий підхід, на нашу думку, сприятиме трансформації ресурсів в активи, формуванню додаткового капіталу підприємства та зростанню його вартості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ступнікер Г.Л. Зростання вартості підприємства на основі управління його капіталом. Вісник Дніпропетровського університету. 2014. № 10/1. Т. 22. С. 156–161.
2. Давидович І.Є. Управління витратами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2008. 320 с.
3. Партин Г.О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій: монографія. К.: УБС НБУ, 2008. 219 с.
4. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку № 16 «Витрати». URL: http://proaudit.com.ua/buh/standart/p-s-bo-16-vitrati.html.
5. Бланк И.А. Управление прибылью. К.: Ника-Центр, 1998. 544 с.
6. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Серія «Бухгалтерський облік, контроль і аналіз». 2012. № 1(22). С. 11–18.
7. Артамонова Н.С., Доба Н.М. Впровадження сучасних методів управління витратами для забезпечення конкурентних переваг. Економіка: реалії часу. 2013. № 3(8). С. 16–21. URL: https://economics.opu.ua/files/archive/2013/No3/16-21.pdf.
8. Драгун Л.М., Редіна Н.І., Фісуненко П.А. Загальна концепція удосконалення фінансового аналізу діяльності підприємства. Регіональні перспективи. 2001. № 5–6(18–19). С. 19–20.
9. Яремко І.Й. Адаптація облікової системи до умов сучасної економіки. Фінанси України. 2006. № 8. С. 146–152.

УДК 657.22

СУТНІСТЬ ЗАТРАТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

THE ESSENCE OF COSTS IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Труніна І.М.
доктор економічних наук,
професор кафедри туризму,
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Авраменко О.І.
старший викладач кафедри обліку і фінансів,
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Статтю присвячено розгляду концепцій витрат і затрат. Процес управління витратами є однією з найважливіших функцій організації діяльності будь-якого підприємства. Важливу роль при цьому відіграє розуміння сутності витрат у складі основних елементів діяльності підприємства. Досить часто поняття «витрати» та «затрати» ототожнюються. У статті проаналізовано спроби науковців дати окреме визначення кожному з них, та представлено авторське бачення їх сутності.

Ключові слова: *управління, система, підприємство, витрати, затрати, облік.*

Статья посвящена рассмотрению концепций расходов и издержек. Процесс управления расходами является одной из важнейших функций организации деятельности любого предприятия. Важную роль при этом играет понимание сущности расходов в составе основных элементов деятельности предприятия. Достаточно часто понятия «расходы» и «издержки» отождествляются. В статье проанализированы попытки ученых дать отдельное определение каждому из них, и представлено авторское видение их сущности.

Ключевые слова: *управление, система, предприятие, расходы, издержки, учет.*

The article deals with essence of concepts costs and expenses. An important role here is played by an understanding of the nature of costs as part of the main elements of the enterprise. The concepts of «costs» and «expenses» are often identified. The article gives a detailed analysis of the attempts of scientists to give a separate definition to each of the concepts. The author's vision of their essence is also presented.

Key words: *management, system, enterprise, costs, expenses, accounting.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Система управління підприємством – це сукупність організаційних методів контролю над діяльністю підприємства. Однією із цілей управління є поліпшення інформаційного обміну між підрозділами компанії. Її головною концепцією є планування та моделювання потреби підприємства в матеріальних, грошових та людських ресурсах. При цьому важливим завданням є робота всіх служб в одній системі і можливість відслідковувати дії один одного в будь-який час.

Ринкова економіка вимагає вдосконалення контролю над усіма аспектами підприємницької діяльності. При цьому особлива увага зосереджується саме на витратах, оскільки будь-яка діяльність пов'язана з витратами. Вони є головним фактором, що впливає на обсяг прибутку підприємства.

Процес управління витратами є однією з найважливіших функцій організації діяльності будь-якого підприємства. Він полягає у цілеспрямованому формуванні, контролюванні та стимулюванні скорочення витрат. Це складний та динамічний процес, який значною мірою залежить від узгоджених управлінських дій персоналу і спрямований на досягнення високих показників прибутковості підприємства. Важливу роль при цьому відіграє розуміння сутності витрат у складі основних елементів діяльності підприємства. Зрозуміло, що головна увага приділяється складу витрат. Водночас не менш затребуваним у науковій літературі є тер-

мін «затрати». При цьому особливий науковий інтерес має понятійний апарат цих термінів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Різноманітні питання управління витратами-затратами розглядаються в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, серед яких: І.О. Бланк, С.Ф. Друрі, П.Й. Атамас, Ф.Ф. Бутинець, В.П. Завгородній, В.В. Сопко, В.Г Лінник, Л.В. Нападовська, О.О. Орлова, М.Г. Чумаченко та ін. Серед останніх досліджень можна виділити праці В.О. Занори, І.В. Саух, В.М. Сподарик. Так, В.О. Занора вважає, що термін «затрати» є запозиченням іншомовного слова, а тому доцільно вживати замість нього поняття «видатки» [1, с. 143]. На думку І.В. Саух, процес виробництва продукції складається з понесення прямих і непрямих (накладних) витрат, які прямо або розподілено включаються до собівартості продукції. Складники вищезазначених витрат є затратами на виробництво продукції та призводять до формування оборотних активів [2]. В.М. Сподарик уважає за потрібне дати визначення поняття «затрати» як частини витрат підприємства, що безпосередньо бере участь у процесі виробництва конкретного продукту і формує поняття «виробнича собівартість» [3, с. 51].

Досить часто поняття «витрати» та «затрати» ототожнюються. Багато зроблено також спроб дати окреме визначення кожному з них. Проте сьогодні в науковій літературі немає одностайності щодо цих понять.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є визначення сутності понять «витрати» та «затрати» в системі управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Управління витратами забезпечують інформаційні системи суб'єктів господарювання, одним із найважливіших складників яких є облік. Джерелами інформації традиційно є дані бухгалтерського обліку. Але, як зазначає А.В. Сошникова, стає очевидним, що облікова інформація, що надається на підставі даних тільки бухгалтерського обліку, для багатьох її користувачів недостатня і не відповідає їх цілям і потребам. Усе більше зростаюча кількість споживачів інформації, отриманої на підставі даних податкового обліку, підтверджує його важливість і необхідність, а також дає змогу говорити про доцільність формування податкового обліку як самостійної облікової системи, а не лише різновиду бухгалтерського обліку, що переслідує фіскальні цілі [4].

Деякі вчені намагаються прив'язати кожен із термінів («витрати», «затрати») до конкретного виду обліку. Багато зарубіжних та вітчизняних учених розглядали витрати в різних аспектах, із погляду різних видів обліку зокрема. Так, Н.Р. Домбровська вважає, що за роки своєї еволюції господарський облік сформувався як нерозривна єдність трьох видів обліку: бухгалтерського, оперативно-технічного та статистичного [5, с. 303]. На думку Г.Н. Колісника, найважливішими є дані бухгалтерського обліку. З позицій бухгалтерського підходу до виробничих витрат варто відносити всі реальні, фактичні витрати, що здійснюються у грошовій формі [6, с. 255]. Г. Сиротюк уважає, що витрати торкаються усього комплексу економічних показників виробничої діяльності підприємства [7, с. 252].

Проаналізуємо сутність та зміст витрат у кожному з видів обліку. Досліджуючи сутність термінів, у понятті «витрати» доцільно виділити бухгалтерський та податковий зміст, адже сутність витрат дещо відрізняється в бухгалтерському і податковому обліку.

У бухгалтерському обліку дані здійснених господарських операцій відображаються у грошовому, трудовому та натуральному виразах. Саме бухгалтерський облік надає інформацію про доходи і витрати підприємства.

У бухгалтерському обліку до відображення витрат, згідно з П(С)БО 16 «Витрати», висуваються певні вимоги:

– обґрунтованість відображення витрат згідно з класифікацією видів діяльності;

– правильність оформлення операцій з обліку витрат виробництва і калькуляції собівартості та виходу продукції в первинних документах, регістрах аналітичного і синтетичного обліку;

– законність і достовірність формування загальновиробничих витрат, їх розподілу та відображення в обліку;

– правильність віднесення прямих витрат на продукцію та розподіл загальновиробничих витрат;

– достовірність незавершеного виробництва;

– достовірність віднесення витрат на собівартість готової продукції.

Однією з підсистем управління підприємством є податковий облік. Окреме місце в управлінському обліку витрат належить податковим витратам. Сюди входять не тільки витрати на виготовлення продукції, а й витрати на сплату податків, які необхідно планувати. У податковому обліку поняття «витрати» має фіскальне забарвлення. Податкове законодавство до набрання чинності ПКУ мало значний вплив на поняття витрат. Існувала колізія: деякі витрати, які були витратами в бухгалтерському обліку, не були ними в податковому. Фіскальні органи мінімізували вплив витрат на оподатковуваний прибуток, забезпечуючи цим максимальні надходження до бюджету, тому поняття витрат утрачало свою сутність в оподаткуванні. Сьогодні це податкові різниці, на які коригується фінансовий результат.

Слід розрізняти терміни «податкові витрати» і «податкові платежі», які теж є витратами підприємства. Як зазначила Ю. Леонтьєва, управ-

лінський, обліковий та контрольні процеси будь-якого об'єкта ускладнюються в результаті відсутності чіткої класифікації [8, с. 64]. Нею запропоновано класифікацію податкових витрат, з урахуванням якої до їх складу входять: витрати на визначення податкових зобов'язань та обов'язкових платежів, витрати на адміністрування податкових зобов'язань та обов'язкових платежів та витрати на обслуговування податкових зобов'язань та обов'язкових платежів.

Ю.С. Погорєлов під час дослідження понятійно-категоріального апарату теорії затрат розглянув поняття «затрати» й «витрати» та уточнив їх розбіжності (табл. 1).

Слід зауважити, що він визначає сферою використання затрат управління. Проте саме облік займається формуванням собівартості продукції. А значне коло авторів пов'язує термін «затрати» з витратами на виготовлення продукції. Так, І.В. Саух уважає, що затрати формують собівартість продукції: «Взаємодія витрат та затрат у процесі здійснення виробничо-господарської діяльності відбувається через об'єкт бухгалтерського обліку – готову продукцію, собівартість якої формують затрати у процесі виробництва» [2].

Я.П. Пастернак у своїй роботі дослідила бухгалтерський облік затрат, хоча, як стверджує Ю.С. Погорєлов, термін «затрати» використовується в управлінні, а не в обліку. При цьому об'єктом дослідження є затрати, які формують собівартість виготовленої продукції. Я.П. Пастернак трактує затрати як грошовий вираз використаних на виробництво продукції (робіт, послуг) матеріальних, трудових і грошових ресурсів; витрати – витрачання грошових коштів на придбання таких ресурсів, що враховує економічну сутність процесу кругообігу капіталу. На думку науковця, під затратами слід розуміти грошовий вираз використаних на виробництво продукції (робіт, послуг) матеріальних, трудових і грошових ресурсів у ході виробничого циклу незалежно від того, припадають вони на готову продукцію чи на незавершене виробництво. Відповідно, під витратами розуміється витрачання грошових коштів на придбання ресурсів для забезпечення процесу виробництва [10, с. 6]. Однак тут не спостерігається принципової різниці, адже в обох випадках вимірником є грошові кошти.

Більшість авторів схиляється до того, що термін «затрати» використовують у визначенні собівартості продукції. Так, на думку В.М. Сподарик, затрати – це частина витрат підприємства, яка безпосередньо бере участь у процесі виробництва конкретного продукту і формує поняття «виробнича собівартість» [3, с. 50]. Проте п. 11 ПСБО 16 «Витрати» зазначає: собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються:

– прямі матеріальні витрати;
– прямі витрати на оплату праці;
– інші прямі витрати;
– змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Водночас п. 22 визначає: до складу елемента «Матеріальні затрати» включається вартість витрачених у виробництві (крім продукту власного виробництва):

– сировини й основних матеріалів;
– купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів;
– палива й енергії;
– будівельних матеріалів;
– запасних частин;
– тари й тарних матеріалів;
– допоміжних та інших матеріалів.

Проте п. 23 називає витратами елемент «Витрати на оплату праці». Однак І.В. Саух уважає, що витрати на оплату праці, понесені у процесі виробництва продукції, є затратами і в бухгалтерській термінології повинні вживатися як затрати на оплату праці [2]. Як стверджує О.О. Андросенко, витрати – це вартість використаних ресурсів на виготовлення готових виробів найбільш економічно вигідними мето-

Таблиця 1

Розходження понять «затрати» й «витрати» [9, с. 7]

Критерії	Затрати	Витрати
Сфера використання	Переважно управління	Переважно облік
Сутність показника	Відбиває реальний рух і трансформацію ресурсів	Відбиває зменшення активів і збільшення зобов'язань за період
Використання	Визначення показників діяльності підприємства	Визначення фінансового результату діяльності підприємства
Методи, терміни формування і критерії визначення	Визначаються підприємством	Установлені законодавчо
Ступінь доступності інформації зовнішнім користувачам	У зовнішній звітності повною мірою не відбиваються	Агреговано відбиваються в обов'язковій фінансовій звітності

дами з дотриманням такої технології виробництва, яка одночасно забезпечує оптимальну величину витрат для отримання прибутку та максимально можливу споживчу цінність готового продукту [11, с. 125]. Це вносить плутанину у визначення термінів «витрати» і «затрати».

У МСБО 1 (п. 28) використовують термін «витрати»: якщо застосовується принцип нарахування у бухгалтерському обліку, суб'єкт господарювання визнає такі статті як активи, зобов'язання, власний капітал, дохід та витрати (елементи фінансової звітності) тоді, коли вони відповідають визначенням та критеріям визнання для цих елементів у Концептуальній основі. МСБО 2 також використовує термін «витрати»: податкові витрати охоплюють поточні податкові витрати (поточний податок на прибуток) і відстрочені податкові витрати (відстрочений податок на прибуток). Таким чином, міжнародні та національні стандарти ідентичні.

Хоча англомовні версії цих стандартів відрізняються від українських. Так, у МСБО 1 для витрат застосовується термін expenses, у МСБО 2 – costs.

На користь терміну витрати свідчить той факт, що в нормативній базі бухгалтерського обліку відсутній термін «затрати». На думку А.А. Шиманської, оскільки термін «затрати» взагалі не визначається у Національних положеннях (стандартах), то, можливо, настав час уніфікувати цю термінологію і, відмовившись узагалі від терміну «затрати», застосовувати лише термін «витрати» [12, с. 428].

Словники трактують витрати як гроші, кошти, витрачені на щось, затрати – гроші, матеріальні цінності, енергія, сила, праця, витрачені на щось, тому витрати можна трактувати як витрати у грошовому вимірі, затрати – у натуральному. На нашу думку, термін «витрати» слід використовувати під час обчислення у грошовому виразі, а термін «затрати» – для аналітичних підрахунків, у натуральних вимірниках. Перший є більш необхідним для бухгалтерського обліку, а другий – в економіці та управлінні.

До речі, статистичний облік (Звіт про діяльність громадської організації, Звіт про обсяги реалізованих послуг, Звіт з праці, Звіт про витрати на виробництво продукції) також застосовує термін «витрати».

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що різниця між термінами «витрати» і «затрати» є дещо умовною. Одностайність серед науковців щодо цього питання відсутня. Оскільки процеси аналізу і планування діяльності підприємства потребують співставності досліджуваних показників, у бухгалтерському, податковому, статистичному обліку доцільно використовувати термін «витрати». Оскільки ведення управлінського обліку є необов’язковим і законодавчо не регламентується, використання терміну «затрати» може бути доцільним для визначення, наприклад, невикористаних можливостей підприємства і т. п. Окрім того, необхідно привести у відповідність англомовній версії україномовні версії Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку для подальшої можливості розмежування понять «витрати» і «затрати».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Занора В.О. «Витрати», «видатки», «затрати»: проблеми використання термінів. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки». Вип. 32. Ч. І. С. 140–144.
2. Саух І.В. Особливості формування затрат на оплату праці: до проблеми уточнення понятійного апарату. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_49.
3. Сподарик В.М. Аналіз економічних категорій «затрати» і «витрати» за змістом і призначенням. Економічний часопис – XXI. 2013. № 1–2(2). С. 49–51.
4. Сошникова А.В. Розвиток податкового обліку в системі управління фінансами: дис. … к. е. н.: 08.00.10. URL: http://www.dissercat.com/content/razvitie-nalogovogo-ucheta-v-sisteme-upravleniya-finansami.
5. Домбровська Н.Р. Організаційні аспекти управлінського обліку та контролю витрат на підприємствах із переробки сільськогосподарської продукції. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 303–309.
6. Колісник Г.М. Економічна сутність витрат і управління ними. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.8. С. 252–258.
7. Сиротюк Г.В., Сиротюк К.С. Методичні аспекти проведення витрат виробництва. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 2(2). С. 251–259.
8. Леонтьєва Ю. Економічна суть податкових витрат. Економіст. 2013. № 11. С. 63–64.
9. Погорєлов Ю.С. Вибір і обґрунтування методів управління затратами підприємства: автореф. дис. … канд. екон. наук: 08.06.01. Луганськ, 2006. 30 с.
10. Пастернак Я.П. Бухгалтерський облік та аналіз затрат основної діяльності: організація і методика: автореф. дис. … канд. екон. наук: 08.00.09. Житомир, 2010. 21 с.
11. Андросенко О.О. Економічна сутність витрат виробництва та їх роль у системі управління діяльністю промислових підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. С. 122–126. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/15-2016/28.pdf.
12. Шиманська А. Економічний підхід до визначення сутності термінів «витрати» і «затрати». Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2014. Вип. 11(41). Ч. 2. С. 422–429.

УДК 331.56

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

HUMAN CAPITAL AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Фриман Е.М.
доктор экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины

Фриман И.М.
старший преподаватель кафедры менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины

В статье обоснована роль человеческого капитала в развитии предприятия, доказана необходимость управления человеческим капиталом в современных условиях хозяйствования. Анализ необходимости формирования и использования человеческого капитала на предприятии позволил определить возможности его использования в целях совершенствования его конкурентоспособности как превалирующего фактора успешности функционирования предприятия на рынках товаров, работ и услуг.

Ключевые слова: *конкурентоспособность предприятия, человеческий капитал, интеллектуальный капитал, инновация, добавленная стоимость, прибыль предприятия, результативность выполнения задания, экономичность выполнения задания, своевременность выполнения задания, стажность работы сотрудников предприятия, значимость выполняемого задания.*

У статті обґрунтовано роль людського капіталу в розвитку підприємства, доведено необхідність управління людським капіталом у сучасних умовах господарювання. Аналіз необхідності формування і використання людського капіталу на підприємстві дав змогу визначити можливості його використання для вдосконалення його конкурентоспроможності як переважаючого чинника успішності функціонування підприємства на ринках товарів, робіт і послуг.

Ключові слова: *конкурентоспроможність підприємства, людський капітал, інтелектуальний капітал, інновація, додана вартість, прибуток підприємства, результативність виконання завдання, економічність виконання завдання, своєчасність виконання завдання, стажність роботи співробітників підприємства, значущість виконуваного завдання.*

In the article, the role of human capital in the development of an enterprise is substantiated; the necessity of human capital management in the modern business environment is well-proven. The analysis of necessity of forming and using human capital at an enterprise allowed defining possibilities of its use for the perfection of its competitiveness as a predominating factor of success of enterprise operation in markets for commodities, works, and services.

Key words: *competitiveness of enterprise, human capital, intellectual capital, innovation, value added, income of enterprise, effectiveness of job processing, economy of job processing, timeliness of job processing, length of work of employees of enterprise, meaningfulness of executable task.*

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важныминаучными или практическими заданиями. В современных условиях хозяйствования предприятие является главным экономическим субъектом развития общества, в результате его успешной деятельности решаются проблемы занятости населения, социальные вопросы, недостаточности роста национального дохода, образованности общества и развития науки.

Человеческий капитал является наиболее ценным ресурсом, даже более важным, чем природные ресурсы, поскольку именно он, а не оборудование, производственные запасы и другие ресурсы предприятия является краеугольным камнем конкурентоспособности, экономического роста и эффективности функционирования предприятия.

По мнению А. Воронова [1], конкурентоспособность предприятия – это его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Этот автор также определяет конкурентоспособность как способность выдерживать конку-

ренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых положено начало решению данной проблемы и на которые опираются авторы. Отечественные и зарубежные ученые (С. Курлов [9], В.Д. Зинченко [5] и др.) в своих исследованиях рассматривали влияние роли человеческого капитала на успешность функционирования предприятия. Однако в их исследованиях не в полной мере отражены экономические аспекты влияния динамики положительного роста человеческого капитала на конкурентоспособность предприятия и организации. Авторы данных работ не полностью отображают экономическую сущность динамики положительного развития человеческого капитала и ее причинно-следственную связь с повышением уровня конкурентоспособности субъекта хозяйствования в современных условиях.

Формулирование целей статьи **(постановка задания)**. Главной целью статьи является экономическое обоснование превалирующей роли человеческого капитала как одного из главенствующих факторов повышения уровня конкурентоспособности предприятия, а также рассмотрение совокупности количественных оценочных критериев для определения положительной динамики развития человеческого капитала.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Конкурентоспособность предприятия определяется как продуктивность использования его ресурсов и выражается в получении им большей прибыли и достигается за счет снижения издержек на производство продукции (услуг), повышения качества товаров (услуг), расширения ассортимента товаров (услуг).

На сегодняшний день приоритетность в эффективном управлении ресурсами отдается человеческому капиталу, поскольку он представляет собой запас знаний, навыков, компетенций и способностей людей, которые позволяют создавать личное, социальное и национальное благосостояние. По мнению П. Друкера [4] и Г. Десслера [2], человеческий капитал – ключевое понятие для успешного развития экономики любой страны в постиндустриальную эпоху.

Сложность в управлении человеческим капиталом заключается в том, что он неотделим от своего носителя и имеет следующие элементы:

– капитал образования – сумма денежных средств, направленных на получение образования;

– капитал подготовки на производстве – сумма денежных средств, использованных предприятием на повышение профессионального уровня сотрудника;

– капитал здоровья – физическая сила, выносливость, работоспособность, иммунитет к болезням, увеличение периода активной трудовой деятельности каждого сотрудника.

Таким образом, принимая на работу претендента на определенную должность, работодатель приобретает в пользование и его человеческий капитал [10].

Исходя из вышеизложенного, следует, что совокупность человеческого капитала всех категорий работников предприятия и является его совокупным человеческим капиталом. Важную роль в эффективности развития человеческого капитала играют его постоянное, целенаправленное формирование и рациональное использование.

Вывод о том, насколько рационально и эффективно работодатель использует имеющийся у него человеческий капитал, можно сделать по динамике оценки человеческого капитала и его влияния на такой финансовый и производственный показатель, как прибыль, которая базируется на повышении добавленной стоимости, производительности труда, увеличении объема и качества произведенной продукции, снижении затрат предприятия.

Прибыль предприятия формируется как при выпуске и реализации постоянно выпускаемой продукции, так и при выпуске и реализации новой продукции. При этом главенствующую роль в формировании прибыли играет добавленная стоимость, которую целесообразно представить в виде формулы:

$$DV = (H^{п.т.п.} + H^{внв.т.п.}) - (Z^{п.т.п.} + Z^{внв.т.п.}) \to \max, \quad (1)$$

где DV – добавленная стоимость предприятия;

$H^{п.т.п.}$ – объем постоянно выпускаемой и реализуемой товарной продукции в денежном выражении;

$H^{внв.т.п.}$ – объем впервые выпускаемой и реализуемой товарной продукции в денежном выражении;

$Z^{п.т.п.}$ – прямые затраты при изготовлении постоянно выпускаемой и реализуемой товарной продукции в денежном выражении;

$Z^{внв.т.п.}$ – прямые затраты при изготовлении впервые выпускаемой и реализуемой товарной продукции в денежном выражении.

Человеческий капитал возрастает как в процессе трудовой деятельности, так и в процессе формального и неформального обучения, но он также морально и физически обесценивается, если знания и опыт сотрудников используются ими в недостаточной мере. Таким образом, можно сделать вывод о том, что человеческий капитал в современных условиях является превалирующим фактором экономического роста современного предприятия.

Человеческий капитал предприятия можно представить в виде суммы человеческого капитала каждой категории всех сотрудников:

$$W = Q_{п.п.} + R_{с.с.} + S_{рук.}, \quad (2)$$

где W – человеческий капитал предприятия;

$Q_{п.п.}$ – человеческий капитал промышленного персонала;

$R_{с.с.}$ – человеческий капитал специалистов и служащих;

$S_{рук.}$ – человеческий капитал руководителей.

Развитие человеческого капитала предприятия является также основой формирования его инновационного развития как основного фактора повышения уровня конкурентоспособности предприятия.

Для внедрения современных инноваций в производство в виде рационализаторских предложений, изобретений, патентов и получения при этом экономического эффекта необходимо постоянно формировать все возрастающее количество высококвалифицированных сотрудников в каждом подразделении предприятия. Таким образом, развивая человеческий капитал своих работников, работодатель развивает будущее своего предприятия.

Однако определение положительной динамики развития человеческого капитала должно иметь экономический аспект, в основе которого, по мнению авторов, находится оценка эффективности его использования.

В настоящее время существует ряд точек зрения на определение оценки эффективности использования человеческого капитала. Например, А.П. Егоршин [6] рассматривает такую оценку, как метод определения соответствия работника рабочему месту. Необходимо отметить, что автор не раскрывает оснований, по которым будет проводиться оценка этого соответствия.

Для оценки человеческого капитала предприятия как одного из решающих факторов повышения его конкурентоспособности и успешности Г.А. Дмитренко [3] предлагает рассматривать оценку как мотивационный фактор, что позволяет выявить, насколько добросовестно и эффективно работник исполняет свои обязанности.

Однако автор не раскрывает способов оценивания результатов деятельности. В данном случае оценка выступает только как модель результата деятельности, к которой необходимо стремиться управленцу предприятия.

По мнению П.Г. Якушевой [11] и С.Р. Ярского [12], оценка человеческого капитала предприятия должна отвечать таким требованиям:

– непрерывность – постоянный сбор информации об эффективности деятельности персонала предприятия;

– дисперсность – использование результатов деятельности персонала предприятия при принятии кадровых и мотивационных решений;

– обоснованность – оценивание эффективности результатов выполненных заданий на основании определенных стандартизированных критериев;

– количественный характер – использование количественных оценочных критериев;

– комплексность – многокритериальная оценка видов деятельности;

– иерархичность – сочетание интегральной оценки деятельности с ее этапами (во времени) и видами (в пространстве);

– простота автоматизации и введения в современные ERP;

– учет специфики работы менеджеров в разных сферах управления промышленным предприятием.

На основании этих требований предлагается авторское определение оценки эффективного использования человеческого капитала как интегрированной целевой функции количественных критериев (показателей) эффективности деятельности сотрудников предприятия.

Поскольку человеческий капитал предприятия имеет достаточно сложную внутреннюю структуру, он должен оценивается определенной системой сбалансированных количественных и качественных показателей для оценки добавленной стоимости предприятия, полученной сотрудниками различных сфер деятельности при выполнении функциональных обязанностей при изготовлении как постоянно выпускаемой и реализуемой продукции, так и продукции, которая выпускается и реализуется впервые. Система сбалансированных показателей, достаточно подробно описана в работе [7].

Положительная динамика человеческого капитала предприятия как превалирующего фактора конкурентоспособности предприятия подлежит обязательной постоянной и объективной количественной оценке. Оценка должна осуществляться на основании совокупности таких организационно-экономических показателей, как: результативность выполнения задания; экономичность выполнения задания; своевременность выполнения задания; стажность работы сотрудников предприятия; значимость выполняемого задания. Необходимое условие объективности оценки – периоды оценки должны иметь равнозначные диапазоны.

$$W_i = \frac{(P^{н.п}_{ij_ф} - P^{н.п}_{ij_п})}{(P^{п.п}_{ij_ф} - P^{п.п}_{ij_п})} \times \frac{(З^{н.п}_{ij_ф} - З^{н.п}_{ij_п})}{(З^{п.п}_{ij_ф} - З^{п.п}_{ij_п})} \times \frac{(T^{н.п}_{ij_ф} - T^{н.п}_{ij_п})}{(T^{п.п}_{ij_ф} - T^{п.п}_{ij_п})} \times \frac{\lambda^{н.п.}_{ij}}{\lambda^{п.п.}_{ij}} \times Q_i \to \max, \quad (3)$$

где $P^{н.п}_{ij_ф}$ – фактический результат, достигнутый i-м сотрудником при выполнении j-го задания в настоящий период;

$P^{н.п}_{ij_п}$ – плановый показатель, установленный i-му сотруднику для выполнения j-го задания в настоящий период;

$P^{п.п}_{ij_ф}$ – фактический результат, достигнутый i-м сотрудником при выполнении j-го задания в предыдущий период;

$P^{п.п}_{ij_п}$ – плановый показатель, установленный *i*-му сотруднику для выполнения *j*-го задания в предыдущий период;

$З^{н.п}_{ij_ф}$ – фактические затраты, достигнутые *i*-м сотрудником при выполнении *j*-го задания в настоящий период;

$З^{н.п}_{ij_п}$ – плановые затраты, установленные *i*-му сотруднику для выполнения *j*-го задания в настоящий период;

$З^{п.п}_{ij_ф}$ – фактические затраты, достигнутые *i*-м сотрудником при выполнении *j*-го задания в предыдущий период;

$З^{п.п}_{ij_п}$ – плановые затраты, установленные *i*-му сотруднику для выполнения *j*-го задания в предыдущий период;

$T^{н.п}_{ij_ф}$ – фактический период времени, затраченный *i*-м сотрудником при выполнении *j*-го задания в настоящий период;

$T^{н.п}_{ij_п}$ – плановый период времени, установленный *i*-му сотруднику для выполнения *j*-го задания в настоящий период;

$T^{п.п}_{ij_ф}$ – фактический период времени, затраченный *i*-м сотрудником при выполнении *j*-го задания в предыдущий период;

$T^{п.п}_{ij_п}$ – плановый период времени, установленный *i*-му сотруднику для выполнения *j*-го задания в предыдущий период.

Величина относительного коэффициента значимости *j*-го задания, определяется по формуле:

$$\lambda_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^{n} \delta_{jf}}{\sum_{f=1}^{n} \sum_{j=1}^{n} \delta_{jf}}, \quad (4)$$

где δ_{jf} – бальная оценка значимости *j*-го задания, которая дана *f*-м экспертом, *j* – индекс задания; *f* – индекс эксперта.

Величина коэффициента стажности работы сотрудника на предприятии вычисляется по формуле:

$$Q_i = \frac{\omega_i}{\beta_i - \rho_i}, \quad (5)$$

где ω_i – стаж работы на предприятии;

β_i – возраст;

ρ_i – стаж работы по специальности.

Выводы з этого исследования перспективы дальнейших исследований в данном направлении.

На основании изложенного выше материала и содержания формул (1–5) можно сделать вывод о том, что доминирующая роль в повышении конкурентоспособности современного предприятия принадлежит человеческому капиталу.

Рассмотрена превалирующая роль человеческого капитала в успешном функционировании предприятия.

Обоснованно выделена точка зрения авторов о том, что динамика развития человеческого капитала как превалирующая составляющая повышения его конкурентоспособности требует соответствующего мониторинга и оценки.

Предложены авторское определение оценки человеческого капитала и процедура оценки динамики человеческого капитала предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Воронов А. Конкуренция в XXI веке. Маркетинг. 2001. № 5. С. 16–24.
2. Десслер Г. Персонал организации как объект управления. М.: Бином, 1997. 269 с.
3. Мотивация и оценка персонала / Г.А. Дмитренко, Т.М. Максименко, Е.А. Шарапатова. К.: МАУП, 2002. 248 с.
4. Друкер П. Управление человеческими ресурсами; пер. с англ. М. Лебедева. М.: Вильямс, 2001. 167 с.
5. Зинченко В.Д., Зорянов Д.Д. Награда по результатам. Персонал. 2001. № 4. С. 3–5.
6. Егоршин А.П., Дьяков Л.Г. Управление персоналом. Н.: НИМБ, 2001. 720 с.
7. Сбалансированная система показателей / Р.К. Каплан, Д. Нортон, Ф. Янсон. М.: Олимп, 2006. 320 с.
8. Козлов А.А. К вопросу управления персоналом в условиях конкурентной экономики. Корпоративный менеджмент. 1999. № 1. С. 2–3.
9. Курлов С.П. Управление персоналом. М.: Экономика, 1994. 307 с.
10. Фриман Е.М. Интегральная оценка управленческого персонала для принятия кадровых решений на промышленном предприятия: дис. … канд. эконом. наук: 08.00.04. Д., 2008. 207 с.
11. Якушева П.Г. Человеческий ресурс как основа успешности пред-приятия. Л.: Дело, 1991. 179 с.
12. Ярский С.Р. Роль и значение оценки человеческих ресурсов предприятия. Человеческие ресурсы. 2004. № 8. С. 3–5.

УДК 331.56

ОЦЕНКА КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ESTIMATION OF PERSONNEL COMPETENCE AS A FACTOR OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Фриман Е.М.
доктор экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины

Фриман И.М.
старший преподаватель кафедры менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины

В статье обоснованы требования к оценке положительной динамики компетентности персонала как фактора повышения конкурентоспособности предприятия. Предложены авторское определение понятия компетентности, а также совокупность количественных оценочных критериев, использование которых позволяет эффективно определять положительную динамику компетентности персонала предприятия. Рассмотрены типичные ситуации увольнения персонала на основании результатов определения интегрального показателя положительной динамики компетентности персонала.

Ключевые слова: *компетентность персонала, система количественных оценочных показателей, кадровая политика предприятия, конкурентоспособность предприятия.*

У статті обґрунтовано вимоги до оцінки позитивної динаміки компетентності персоналу як чинника підвищення конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано авторське визначення поняття компетентності, а також сукупність кількісних оцінних критеріїв, використання яких дає змогу ефективно визначати позитивну динаміку компетентності персоналу підприємства. Розглянуто типові ситуації звільнення персоналу на підставі результатів визначення інтегрального показника позитивної динаміки компетентності персоналу.

Ключові слова: *компетентність персоналу, система кількісних оцінних показників, кадрова політика підприємства, конкурентоспроможність підприємства.*

In the article, requirements are substantiated to the estimation of the positive dynamics of competence of personnel as a factor of increase of competitiveness of the enterprise. Proposed the authorial offering of the concept of competence, and also an aggregate of quantitative evaluation criteria, the use of which allows effectively determining the positive dynamics of competence of personnel of the enterprise. The model situations of discharge of personnel on the basis of results of determination of the integral index of positive dynamics of competence of personnel are considered.

Key words: *competence of personnel, system of quantitative evaluation indexes, skilled policy of enterprise, competitiveness of enterprise.*

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими заданиями. Современные требования, предъявляемые к субъекту хозяйствования, обусловливают более эффективную оценку компетентности персонала как главенствующего фактора успешности функционирования предприятия. В связи с этим вопрос об определении положительной динамики развития компетентности является основной задачей руководства предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых положено начало решению данной проблемы и на которые опираются авторы. Исследованием проблемы оценки положительной динамики развития компетентности персонала промышленного предприятия на протяжении достаточно длительного периода занимался ряд отечественных и зарубежных авторов, а именно: П. Друкер. Л.В. Балабанова, Б.М. Генкина, О.А. Гришнова, В.М. Данюк, А.М. Колот, А.Я. Кибанов и др.

Формулирование целей статьи **(постановка задания)**. Главной целью статьи является определение подходов к оценке компетентности персонала для повышения конкурентоспособности персонала.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных

научных результатов. В современных условиях хозяйствования персонал предприятия необходимо рассматривать как совокупность работников, которые имеют определенные жизненные планы и социальный статус, которые зависят от уровней социального и культурного развития, индивидуально-психологических качеств, образование и профессионализм.

Персонал включает как производственных работников, непосредственно занятых в процессе изготовления продукции, так и руководителей и специалистов, обеспечивающих эффективное осуществление организационного процесса производства, имеющих определенную подготовку и квалификацию для работы в определенных сферах управления, таких как маркетинг, финансы, персонал и тому подобное.

В своих работах П. Друкер [2–4] подчеркивает, что перед предприятием, которое изготовляет и реализует готовую продукцию, стоит цель по формированию совокупности потребителей, а задача сотрудников каждого подразделения предприятия состоит в трансформации требований к изготовленной продукции в прибыльность предприятия, что обеспечивает успешность его функционирования и, как следствие, повышает его конкурентоспособность.

Человеческая деятельность в производственной сфере связана со способностью персонала объективно, сознательно и адекватно воспринимать окружающую действительность, самостоятельно составлять жизненные планы и социальные ориентиры, устанавливать цели и выбирать пути их достижения.

В настоящее время существуют различные точки зрения на определение такой социально-экономической категории, как компетентность персонала. По мнению С.Д. Резник [8], компетентность персонала – это совокупность специальных знаний, умений и практических навыков, которые определяют степень подготовленности к выполнению определенных функций соответствующей сложности. М.К. Портяш [7] предлагает определять компетентность персонала как формально описанные требования к личностным, индивидуально-психологическим, моральным и профессиональным качествам сотрудников предприятия. Б.М. Генкина [1] рассматривает компетентность персонала как степень квалификации работника, которая позволяет успешно решать поставленные перед ним задачи.

Ф.Ю. Морекс [5] полагает, что компетентность персонала может определяться на основании следующих действий:

– определение профессиональных и личных качеств сотрудников, которые могли быть необходимы предприятию в краткосрочной и долгосрочной перспективах в соответствии с его миссией, видением, стратегией, политикой и целями;

– определение текущего уровня компетентности сотрудников на предприятии и несоответствия между их компетентностью в настоящее время и компетентностью, необходимой в будущие периоды функционирования предприятия;

– осуществление действий, направленных на повышение компетентности персонала каждого подразделения предприятия;

– анализ и оценка результативности предпринятых действий, чтобы гарантировать достижение необходимого уровня компетентности сотрудников;

– поддержание и постоянное повышение достигнутого уровня компетентности.

На основании анализа данных точек зрения авторы предлагают определять компетентность персонала как совокупность соответствующих взаимосвязанных знаний, умений, навыков, опыта, которыми обладает сотрудник, и способов их использования в процессе выполнения поставленных задач с целью осуществления продуктивной деятельности для достижения эффективных результатов, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия. Управление компетентностью представляет собой процесс оценочного сравнения успешности деятельности персонала предприятия в процессе выполнения поставленных задач.

Исходя из этого, можно утверждать, что развитие положительной динамики компетентности персонала как одного из главенствующих факторов повышения конкурентоспособности предприятия необходимо осуществлять только на основании количественной оценки эффективности деятельности персонала. Анализ различных точек зрения на определение оценки и требования к ней, а также авторское определение оценки достаточно подробно изложено в работе [9].

Оценку положительной динамики компетентности персонала предприятия необходимо осуществлять на основании совокупности оценочных критериев. Т. Питерс [6] в качестве оценочных критериев компетентности персонала предлагает использовать следующие показатели: выполнение должностных обязанностей; соблюдение трудовой и производственной дисциплины; квалификация и качество работы; личный вклад в достижение целей предприятия.

Однако предложенные показатели не имеют экономического обоснования, их использование не позволяет объективно оценить динамику компетентности персонала, вследствие этого невозможно формировать эффективную кадровую политику и создавать команды как основу успешного выполнения поставленных задач.

Авторы предлагают использовать систему количественных оценочных критериев, применение которой позволяет как непосредственно, так и опосредованно определять положительную динамику компетентности персонала предприятия (табл. 1). Данная

Таблиця 1

Сводная таблица критериев непосредственно и опосредствованно оценивающих положительную динамику компетентности персонала промышленного предприятия

Критерии / Сферы управления	Финансовая служба	Производство	Отдел маркетинга	Управление персоналом	Конструкторско-технологическая служба
1	2	3	4	5	6
Руководитель и специалисты отдела маркетинга					
Расходы на продвижение продукции			+ *непосредственно*		
Объем продаж	+ *непосредственно*		+ *непосредственно*		
Процент новых заказов	+ *опосредованно*		+ *непосредственно*		
Новые сегменты рынка	+ *опосредованно*		+ *непосредственно*		
Руководитель и специалисты финансовой службы					
Эффективность использования привлеченных денежных средств	+ *непосредственно*				
Финансовая независимость предприятия	+ *непосредственно*				
Рентабельность капитала предприятия	+ *непосредственно*	+ *опосредованно*	+ *опосредованно*		
Оборотность активов предприятия	+ *непосредственно*	+ *опосредованно*	+ *опосредованно*		
Оптимизация налогов предприятия	+ *непосредственно*		+ *опосредованно*		
Рентабельность активов предприятия	+ *непосредственно*	+ *опосредованно*	+ *опосредованно*		
Управление дебиторской и кредиторской задолженностям	+ *непосредственно*	+ *опосредованно*			
Руководитель и специалисты производства					
Брак готовой продукции		+ *непосредственно*			
Качество готовой продукции		+ *непосредственно*			
Простои оборудования		+ *непосредственно*			
График производства		+ *непосредственно*			
Отклонение от плановой подготовки производства		+ *непосредственно*			
Себестоимость единицы продукции	+ *опосредованно*	+ *непосредственно*			
Экономия материальных и энергетических ресурсов	+ *опосредованно*	+ *непосредственно*			

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Руководитель и специалисты подразделения управления персоналом					
Уровень сочетания профессий	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*непосредственно*	+*опосредованно*
Часть заработной платы в себестоимости продукции	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*непосредственно*	+*опосредованно*
Уровень повышения производительности труда	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*непосредственно*	+*опосредованно*
Процент тех сотрудников, которые повысили квалификацию	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*непосредственно*	+*опосредованно*
Динамика экономии фонда заработной платы	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*непосредственно*	+*опосредованно*
Текучесть кадров	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*опосредованно*	+*непосредственно*	+*опосредованно*
Руководитель и специалисты конструкторско-технологической службы					
Часть новых изделий в портфеле заказов	+*опосередковано*				+*опосредованно*
Количество изобретений и рационализаторских предложений и экономический эффект от их внедрения по сравнению с аналогичным периодом					+*опосредованно*
Объем НИОКР предприятия					+*опосредованно*
Количество патентов и товарных знаков на предприятии и экономический эффект от их реализации					+*непосредственно*
Уровень автоматизации производства		+*опосредованно*			+*непосредственно*
Уровень конкурентоспособности изделий					+*непосредственно*

система критериев может использоваться как для непосредственной, так и опосредованной оценки положительной динамики компетенции персонала предприятия разных сфер управления. Это обусловлено тем, что показатели результативности работников каждого подразделения связаны с фактическими показателями, которые достигнуты персоналом других подразделений.

Такая связь заключается в корректировке плановых показателей заданий, которые устанавливаются персоналу определенной сферы деятельности на основании фактических результатов, полученных работниками смежных подразделений. Оценка проводится путем сопоставления результатов работы сотрудников каждого производственного подразделения при выполнении задания. Например, увеличение объема продаж, процента новых заказов и количества сегментов рынка, а также снижения расходов на продвижение продукции непосредственно оценивают компетентность сотрудников отдела маркетинга.

Одновременно результаты, которые достигнуты специалистами маркетингового отдела, ставят перед финансовыми сотрудниками задание относительно оптимизации налогов предприятия, снижения суммы дебиторской задолженности, увеличения рентабельности активов и капитала предприятия.

На основании оценки успешности выполненных этих заданий определяется компетентность работы специалистов финансового подразделения и т. д.

В качестве примера авторы предлагают рассмотреть процедуру оценки положительной динамики сотрудников производственной сферы управления. Для этого целесообразно использовать следующие критерии:

– брак готовой продукции;

– простои оборудования;

– экономия материальных и энергетических ресурсов;

– уровень качества готовой продукции.

Предприятие в течение определенного периода одновременно изготавливает несколько видов продукции. Следовательно, для определения положительной динамики компетентности персонала необходимо брать абсолютно одинаковые периоды времени (прошедший период, настоящий период). Такими периодами могут быть 3 месяца, 6 месяцев, 12 месяцев. Также для объективности оценки необходимо брать идентичный вид продукции.

1. Брак готовой продукции.

$$S_{a_i}^{п.п} = \frac{ГП_{a_i}^{изг.прод.п.п.} - ГП_{a_i}^{нотт.п.п}}{ГП_{a_i}^{изг.прод.п.п.}} \to 1, \qquad (1)$$

где $S_{a_i}^{п.п}$ – компетентность *i*-го работника, изготавливающего продукцию *a* в предыдущий период;

$ГП_{a_i}^{изг.прод.п.п.}$ – количество готовой продукции *a*, изготовленной *i*-м работником в предыдущем периоде;

$ГП_{a_i}^{нотт.п.п}$ – количество готовой продукции *a*, не соответствующей техническим условиям, изготовленной *i*-м работником в предыдущем периоде.

$$S_{a_i}^{н.п} = \frac{ГП_{a_i}^{изг.прод.н.п.} - ГП_{a_i}^{нотт.н.п.}}{ГП_{a_i}^{изг.прод.н.п.}} \to 1, \qquad (2)$$

где $S_{a_i}^{н.п}$ – компетентность *i*-го работника, изготавливающего продукцию *a* в настоящий период;

$ГП_{a_i}^{изг.прод.н.п.}$ – количество готовой продукции *a*, изготовленной *i*-м работником в настоящий период;

$ГП_{a_i}^{нотт.н.п.}$ – количество готовой продукции *a*, не соответствующей техническим условиям, изготовленной *i*-м работником в настоящий период.

Положительную динамику компетенции сотрудников целесообразно определять по формуле:

$$\beta_{a_i} = \frac{S_{a_i}^{н.п.}}{S_{a_i}^{п.п.}} \to \max \qquad (3)$$

2. Простои оборудования.

$$\alpha_{r_i}^{п.п} = \frac{Z_{r_i}^{фак.вр.раб^{п.п.}} - Z_{r_i}^{вр.прост^{п.п.}}}{Z_{r_i}^{фак.вр.раб^{п.п.}}} \to 1, \qquad (4)$$

где $\alpha_{r_i}^{п.п}$ – компетентность *i*-го работника, минимизировавшего простои *r*-го оборудования в предыдущем периоде;

$Z_{r_i}^{фак.вр.раб^{п.п.}}$ – фактическое время, отработанное *i*-м работником на *r*-м оборудовании в предыдущем периоде;

$Z_{r_i}^{вр.прост^{п.п.}}$ – время простоя *r*-го оборудования в предыдущем периоде, на котором работал *i*-й работник.

$$\alpha_{r_i}^{н.п} = \frac{Z_{r_i}^{фак.вр.раб^{н.п.}} - Z_{r_i}^{вр.прост^{н.п.}}}{Z_{r_i}^{фак.вр.раб^{н.п.}}} \to 1, \qquad (5)$$

где $\alpha_{r_i}^{н.п}$ – компетентность *i*-го работника, минимизировавшего простои *r*-го оборудования в настоящий период;

$Z_{r_i}^{фак.вр.раб^{н.п.}}$ – фактическое время, отработанное *i*-м работником на *r*-м оборудовании в настоящий период;

$Z_{r_i}^{вр.прост^{н.п.}}$ – время простоя *r*-го оборудования в настоящем периоде, на котором работал *i*-й работник.

Для повышения объективности оценки положительной компетентности каждого сотрудника подразделения необходимо классифицировать причины, по которым происходит простой оборудования.

К таким причинам следует отнести:

– организационные простои – несвоевременная подача необходимых заготовок, инструмента и технологической документации;

– технологические простои – ошибки в технической документации;

– ремонтные простои – несвоевременно или некачественно произведен планово-предупредительный ремонт оборудования;

– незапланированные ремонтные простои оборудования – поломка оборудования по вине лица, непосредственного изготавливающего продукцию.

Положительную динамику компетенции сотрудников целесообразно определять по формуле:

$$\delta_{r_i} = \frac{\alpha_{r_i}^{н.п}}{\alpha_{r_i}^{п.п}} \to \max \qquad (6)$$

3. Экономия материальных и энергетических ресурсов.

$$\mu_{w_i}^{п.п} = \frac{ER_{w_i}^{пл.пок.п.п.}}{ER_{w_i}^{факт.пок.п.п.}} \to \max, \qquad (7)$$

где $\mu_{w_i}^{п.п}$ – показатель расхода материальных и энергетических ресурсов при изготовлении *w*-й продукции *i*-м работником в предыдущий период времени;

$ER_{w_i}^{пл.пок.п.п.}$ – плановая величина расхода материальных и энергетических ресурсов при изготовлении *w*-й продукции *i*-м работником в предыдущий период времени;

$ER_{w_i}^{факт.пок.п.п.}$ – фактическая величина расхода материальных и энергетических ресурсов при изготовлении *w*-й продукции *i*-м работником в предыдущий период времени.

$$\mu_{w_i}^{н.п} = \frac{ER_{w_i}^{пл.пок.н.п.}}{ER_{w_i}^{факт.пок.н.п.}} \to \max, \qquad (8)$$

где $\mu_{w_i}^{н.п}$ – показатель расхода материальных и энергетических ресурсов при изготовлении *w*-й продукции *i*-м работником в настоящий период времени;

$ER_{w_i}^{пл.пок.н.п.}$ – плановая величина расхода материальных и энергетических ресурсов при изготовлении *w*-й продукции *i*-м работником в настоящий период времени;

$ER_{w_i}^{факт.пок.н.п.}$ – фактическая величина расхода материальных и энергетических ресурсов при изготовлении *w*-й продукции *i*-м работником в настоящий период времени.

Положительную динамику компетенции сотрудников целесообразно определять по формуле:

$$\mu_{w_i} = \frac{ER_{w_i}^{н.п.}}{ER_{w_i}^{п.п.}} \to \max \qquad (9)$$

4. Уровень качества готовой продукции.

$$\varphi_{w_i}^{п.п} = \frac{ZIGP_{w_i}^{п.п.}}{ZDGP_{w_i}^{п.п.}} \to \max, \qquad (10)$$

где $\varphi_{w_i}^{п.п}$ – уровень качества готовой продукции в предыдущем периоде;

$ZIGP_{w_i}^{п.п.}$ – затраты на выпуск *w*-й продукции, изготовленной *i*-м сотрудником в предыдущем периоде;

$ZDGP_{w_i}^{п.п.}$ – затраты на доработку *w*-й продукции, изготовленной *i*-м сотрудником в предыдущем периоде.

$$\varphi_{w_i}^{н.п} = \frac{ZIGP_{w_i}^{н.п.}}{ZDGP_{w_i}^{н.п.}} \to \max, \qquad (11)$$

где $\varphi_{w_i}^{н.п}$ – уровень качества готовой продукции в настоящем периоде;

$ZIGP_{w_i}^{н.п.}$ – затраты на выпуск *w*-й продукции, изготовленной *i*-м сотрудником в настоящем периоде;

$ZDGP_{w_i}^{н.п.}$ – затраты на доработку *w*-й продукции, изготовленной *i*-м сотрудником в настоящем периоде.

Положительную динамику компетенции сотрудников целесообразно определять по формуле:

$$\varpi_{w_i} = \frac{\varphi_{w_i}^{н.п.}}{\varphi_{w_i}^{п.п.}} \to \max \qquad (12)$$

Интегральный показатель положительной динамики компетентности *i*-го сотрудника, как и остальных сотрудников каждого подразделения предприятия, предлагается определять по формуле:

$$\lambda_i = \sqrt[4]{\beta_{a_i} \times \delta_{r_i} \times \mu_{w_i} \times \varpi_{w_i}} \qquad (13)$$

Постоянный мониторинг положительной динамики компетентности персонала, позволяет руководству предприятия обоснованно, своевременно и персонифицировано принимать кадровые, административные и стимулирующие решения. Определение интегрального показателя λ_i каждого сотрудника при выполнении поставленного задания позволяет определить группы работников с высоким уровнем компетентности (1–0,7), средним уровнем компетентности (0,7–0,5), сотрудников, которым необходимо повышение квалификации (0,5–0,3) и бесперспективных (<0,3) сотрудников.

Накопительная оценка положительной динамики компетентности сотрудников предприятия позволяет обоснованно принимать кадровые решения относительно увольнения, приема на определенную должность, горизонтального и вертикального перемещений. Увольнение сотрудников может осуществляться по инициативе работника (по собственному желанию) или по инициативе руководства предприятия (сокращение штатов, несоответствие должности, служебные нарушения и тому подобное). С учетом интегрального показателя λ_i сотрудника, который увольняется, можно определить и оценить четыре типичных ситуации увольнения персонала предприятия (табл. 2).

Таблица 2

Типовые ситуации увольнения сотрудников предприятия

Инициатива / Рейтинг	Сотрудника (С)	Предприятия (П)
Высокий (В)	<В,С> 4	<В,П> 3
Низкий (Н)	<Н,С> 1	<Н,П> 2

Ситуация <Н, С>, когда сотрудник с низким интегральным показателем увольняется по собственному желанию, является наиболее приемлемой для кадрового менеджмента предприятия (имеет ранг 1), за исключением случая дефицита предложения на рынке труда соответствующих специалистов.

Ситуация <Н, П>, когда сотрудника с низким интегральным показателем увольняют по инициативе руководства предприятия, является нормативной (ранг 2) и позволяет улучшить качество управления предприятием.

Ситуация <В, П>, когда сотрудника с высоким интегральным показателем увольняют по инициативе руководства предприятия, как правило, имеет негативные последствия для управления предприятием и является индикатором низкого уровня социально-психологических и корпоративных отношений в коллективе предприятия (ранг 3).

Ситуация <В, С>, когда сотрудник с высоким интегральным показателем увольняется по собственному желанию является наиболее неприемлемой для менеджмента предприятия (ранг 4). В этом случае проявляется так называемый эффект «двойных потерь», когда, во-первых, предприятие внепланово теряет квалифицированного специалиста и, во-вторых, появляется возможность использования его знаний предприятием-конкурентом.

Анализ формул 1–13 и типовых ситуаций, указанных в табл. 2, позволяет сделать вывод о том, что в современных условиях хозяйствования своевременная и объективная оценка положительной динамики компетентности сотрудников каждого подразделения является одним из главенствующих факторов повышения конкурентоспособности предприятия.

Выводы из этого исследования и перспективы дальнейших исследований в этом направлении. Предложено авторское определение компетентности персонала предприятия. Предложена процедура оценки положительной динамики компетентности персонала каждого подразделения промышленного предприятия при выполнении определенных видов задания изготовления определенных видов продукции, что позволяет повышать уровень конкурентоспособности предприятия.

Обоснованно выделена точка зрения авторов о том, что систематическая и своевременная оценка положительной динамики компетентности персонала является превалирующим фактором повышения уровня конкурентоспособности предприятия.

Рассмотрено значение оценки положительной динамики компетентности персонала для повышения эффективности формирования кадровой политики предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Генкина Б.М. Управление персоналом: классические концепции и новые подходы. К.: Дело, 1994. 348 с.
2. Друкер П. Управление, нацеленное на результаты; пер. с англ. Д. Борисова. М.: Техническая школа бизнеса, 1994. 217 с.
3. Друкер П. Управление человеческими ресурсами; пер. с англ. М. Лебедева. М.: Вильямс, 2001. 167 с.
4. Друкер П. Энциклопедия менеджмента; пер. с англ. Д. Рудякова. М.: Вильямс, 2004. 432 с.
5. Морекс Ф.Ю. Модели управления персоналом корпораций. К.: Дело, 1997. 232 с.
6. Питерс Т. В поисках эффективного управления; пер. с англ. Л.И. Евенко. М.: Прогресс, 1996. 423 с.
7. Портяш М.К. Проблемы управления персоналом. М.: Прометей, 1997. 295 с.
8. Резник С.Д. Управление персоналом. Д.: Наука, 1999. 679 с.
9. Фриман Е.М. Интегральная оценка управленческого персонала для принятия кадровых решений на промышленном предприятия: дис. … канд. эконом. наук: 08.00.04. Д., 2008. 207 с.

УДК 331.56

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОРА ЕГО УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

METHODS OF ESTIMATION OF THE SKILLED POTENTIAL OF THE ENTERPRISE AS A FACTOR OF ITS SUCCESSFUL ACTIVITY

Фриман Е.М.
доктор экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины

Фриман И.М.
старший преподаватель кафедры менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины

В статье обоснованы требования к оценке кадрового потенциала предприятия как фактора его деятельности. Предложено авторское определение понятия кадрового потенциала, а также рассмотрена совокупность его составляющих и факторы, влияющие на кадровый потенциал предприятия. Проанализированы точки зрения ряда авторов на методы оценки кадрового потенциала с указанием достоинств и недостатков. Рассмотрены современные методы интегральной оценки кадрового потенциала сотрудников предприятия.

Ключевые слова: *кадровый потенциал, составляющие кадрового потенциала, метод оценки кадрового потенциала, факторы влияния на кадровый потенциал.*

У статті обґрунтовано вимоги до оцінки кадрового потенціалу підприємства як чинника його діяльності. Запропоновано авторське визначення поняття кадрового потенціалу, а також розглянута сукупність його складників і чинники підприємства, що впливають на кадровий потенціал. Проаналізовано точки зору низки авторів на методи оцінки кадрового потенціалу з визначенням переваг і недоліків. Розглянуто сучасні методи інтегральної оцінки кадрового потенціалу співробітників підприємства.

Ключові слова: *кадровий потенціал, складники кадрового потенціалу, метод оцінки кадрового потенціалу, чинники впливу на кадровий потенціал.*

In the article, requirements for the estimation of the skilled potential of the enterprise as a factor of its activity are substantiated. The authorial concept of skilled potential is offered, and also the aggregate of its constituents and factors influencing the skilled potential of enterprises are considered. The points of view of a row of authors on methods of estimation of the skilled potential with the pointing of dignities and defects are analysed. Modern methods of integral estimation of the skilled potential of employees of the enterprise are considered.

Key words: *skilled potential, constituents of skilled potential, method of estimation of skilled potential, factors of influence on skilled potential.*

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими заданиями. В современных условиях хозяйствования основу эффективного функционирования предприятия составляет кадровый потенциал. Это связано с тем, что кадры являются превалирующим элементом успешности деятельности предприятия, организации и его движущей силой, поскольку от квалификации персонала, его эффективного использования и расстановки зависят результат деятельности предприятия, его устойчивое положение на рынках товаров, работ и услуг.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых положено начало решению данной проблемы и на которые опираются авторы. На сегодняшний день не сформировалось единого понятия кадрового потенциала. В.А. Антропов [1] и И.К. Корнев [4] определяют кадровый потенциал «как совокупность способностей всех людей, которые заняты в данной организации и решают определенные задачи. Кадровый потенциал заложен в тех функциях, которые он исполняет как профессионал и в силу своих способностей, знаний опыта». По мнению А.И. Ильина [3], кадровый потенциал представляет собой интегральную характеристику персонала как основание достижения целей предприятия за счет его максимального использования возможностей работниками в процессе выполнения должностных обязанностей.

Формулирование целей статьи **(постановка задания)**. Главной целью статьи является определение подходов к оценке кадрового потенциала предприятия для повышения уровня его успешной деятельности.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Авторы предлагают определять кадровый потенциал как сочетание личностных характеристик персонала, их специальных знаний, квалификации и опыта, а также потенциальных возможностей, которые в процессе трудовой деятельности могут быть активированы и использованы предприятием для достижения поставленных краткосрочных или долгосрочных целей. Исходя из этого определения, можно вывести составляющие понятия кадрового потенциала.

Кадровый потенциал состоит из совокупности таких составляющих, как:

– личностный потенциал – способности, возможности, задатки, индивидуально-психологические свойства, характер, темперамент;

– потенциал знаний – компетентность, уровни общего и специального образования, знания, умения, опыт, навыки;

– коммуникационный потенциал – направленность информационных потоков);

– потенциал развития – профессиональное самоутверждение, т. е. поведение человека, обусловленное желанием повысить свою самооценку или поддержать определенный профессиональный статус на предприятии;

– социальный потенциал – деятельность сотрудников, направленная на социальное самоутверждение и самовыражение для удовлетворения своих социогенных потребностей.

Под потенциальными возможностями персонала следует понимать совокупность человеческих качеств, которые могут быть применены при выполнении определенных действиях в конкретных обстоятельствах.

Кадровый потенциал находится под влиянием следующих факторов:

1. Внешние факторы: социальный, технический, экономический.

– социальный фактор: качество трудовой деятельности, соответствие уровней всех видов вознаграждений эффективности результатов, достигнутых при выполнении поставленных задач, возможность сделать планируемую карьеру, возможность реализации личных целей, повышения уровня благосостояния работника на основании успешности его деятельности и др.;

– технический фактор: производительность труда, характер и содержание труда, успешность труда персонала, уровень механизации и автоматизации производства, условия безопасности труда;

– экономический фактор: состояние экономики государства и предприятия, ситуация на рынке труда, количественная и качественная структуры персонала на предприятии в целом и в подразделении, в котором работает сотрудник, уровень безработицы, уровень инфляции.

2. Внутренние факторы: личностный, статусный потенциал, мотивационный фактор.

– личностный фактор: индивидуально-психологические качества, пол и возраст сотрудников, уровни общего и специального образования, состояние здоровья, работоспособность, компетентность, знания, умения, навыки, опыт работы;

– статусный потенциал: реализация потребностей работников в трудовой деятельности, признание результатов работы коллегами, одобрение работы;

– мотивационный фактор предполагает, что каждый сотрудник может мотивировано работать, когда знает четко поставленную цель и считает ее достижимой. Внутренний фактор, вызывающий удовлетворенность своей работой.

Эффективное управление кадровым потенциалом базируется на следующих принципах:

– системности – организация рассматривается как совокупность эле- ментов, находящихся во взаимодействии. Основное внимание направлено на структуру организации, ее иерархию и свойства элементов, которые проявляются как во взаимодействии, так и во взаимосвязях. Целостная система создает синергетический эффект, который намного больше суммы своих составляющих, и при этом главная задача руководителя состоит в том, чтобы найти набор соответствующих составляющих;

– эффективности – при достижении поставленных целей необходимо минимизировать издержки и потери, то есть наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы;

– вознаграждения – в процессе достижения поставленных целей персонал необходимо стимулировать посредством вознаграждения, при этом поощрение должно быть адекватным и объективным, то есть дифференцировать систему оплаты по степени успешности выполнения поставленных задач, значимости работы, а также экономичности достижения поставленных результатов;

– цикличности – повторяющийся процесс позволяет определить общие закономерности процесса развития кадрового потенциала и прогнозировать его.

Оценка кадрового потенциала для многих предприятий является проблемной, что отрицательно сказывается на результатах их деятельности. Процесс и процедура оценки кадрового потенциала предприятия должны определяться на основании определенных методов, основной задачей использования которых является получение эффективных результатов работы как отдельных исполнителей, так и подразделений предприятия в целом.

На основании результатов оценки возможно осуществлять следующие организационно-пра-

вовые действия на предприятии: сокращение и увольнение сотрудников, проведение кадровой ротации в зависимости от успешности их деятельности, усовершенствование кадровой политики, изменения в организационной структуре, изменения в системе нормирования и оплаты труда и, как результат, повышение степени удовлетворения работников условиями и результатами труда, увеличение или снижение уровня конфликтности.

Оценка кадрового потенциала должна осуществляться на основании совокупности количественных и качественных показателей эффективности деятельности персонала предприятия. Понятие оценки, требования к оценке и совокупность оценочных показателей для каждого подразделения предприятия достаточно подробно рассмотрены в работе [9].

В настоящее время существует достаточно большое количество методов оценки кадрового потенциала предприятия.

В своих работах С.М. Пашковский, Е.Е. Старобинский, В. Тарасовский и С.В. Шекшня [5–8] к качественным методам относят:

– матричный (описательный) метод, который заключается в сравнении фактических качеств работников с совокупностью необходимых для работника качеств;

– метод эталона, который сравнивает фактические данные работника с характеристиками наиболее успешных работников данного направления;

– целевой метод оценки, с помощью которого определяется, насколько рационально сотрудник устанавливает цели и насколько успешно работает для достижения этих целей. Этим методом определяется рациональность оснований формирования целей. Его преимуществом является возможность оценки качества решений, целей, которые принимают и устанавливают работники в процессе выполнения поставленных задач.

Однако целевой метод оценки не позволяет объективно оценить причину расхождения между планируемыми и достигнутыми результатами. Это можно объяснить тем, что результаты деятельности сотрудника зависят от достаточно большого количества факторов, которые не всегда контролируются;

– метод оценки черт, основанный на анализе влияния психологических особенностей работника на эффективность оценки его деятельности. Здесь оценивается не результат деятельности сотрудника, а его социально-психологическая характеристика. В большинстве случаев она не совпадает с результатами деятельности. Из этого следует, что такая оценка основана не на анализе реального труда, а на мнениях сотрудников предприятия. Наиболее близким по своему содержанию к данному методу является метод «360 аттестация»;

– метод анализа результатов деятельности коллектива, который базируется на оценке деятельности персонала предприятия в зависимости от результатов деятельности коллектива. При этом в качестве критериев используются производственные и экономические показатели, которые относятся, например, к качеству, объему, срокам изготовления продукции и уровню ее качества.

Рассмотренные Б.М. Генкиной [2] комбинированные методы оценки персонала включают:

– метод тестирования, которое оценивает работников по степени решения ими заранее подготовленных производственных тестовых заданий. Использование данного метода может применяться при оценке компетентности сотрудников предприятия в условиях определенных сроков при требованиях, которые выдвигаются. Условия тестов, предложенных сотруднику для рассмотрения, имеют искусственный характер и не учитывают особенностей реальных ситуаций;

– метод суммированных оценок, который заключается в определении экспертами частоты проявления персоналом определенных качеств и применения балльной оценки за определенный уровень частоты. Использование данного метода не может быть нецелесообразным по следующим причинам: во-первых, совокупность качеств, которыми владеют сотрудники предприятия, не гарантирует их рациональное использование; во-вторых, данный метод не предусматривает экономическую оценку результатов их деятельности; в-третьих, проявление работниками определенного качества не всегда приводит к результату;

– метод заданной группировки работников, который предусматривает выбор определенного числа факторов оценки и распределения работников по этим факторам. На основании использования этого метода проводится ротация работников в зависимости от требований, которые к ним предъявляются. Данный метод оценки не позволяет планировать взаимозаменяемость сотрудников при выполнении задания в командных условиях. Преимущества и недостатки рассмотренных, а также и других методов приведены в табл. 1.

В работе [9] также рассмотрены количественные методы, которые целесообразно использовать в процессе эффективной оценки кадрового потенциала предприятия.

По нашему мнению, наиболее приемлемым методом может быть метод аддитивной свертки количественных критериев. Это связано с тем, что он используется в тех случаях, когда критерии независимы по значимости и ее можно измерять в количественной шкале.

Целевая функция имеет вид:

$$\phi = \sum_{i=1}^{n} \lambda_i \hat{K}_i \to \max, \qquad (1)$$

где относительный коэффициент значимости i-го определенного критерия, $\sum_{i=1}^{n} \lambda_i = 1$;

Таблица 1

Преимущества и недостатки методов оценки кадрового потенциала предприятия

Наименование метода	Преимущества	Недостатки
Качественные методы оценки персонала		
Матричный (описательный)	Для каждого работника устанавливается уровень качеств, которых он должен достичь	Не позволяет оценить результативность работы
Метод эталона	На основании результатов работы наиболее успешных работников разрабатываются плановые показатели, которых необходимо достичь другим работникам	Не учитывается уровень квалификации работника
Целевой метод оценки	Возможности оценки качества решений и отслеживание степени их реализации	Не позволяет объективно оценивать причины расхождения между планируемыми и достигнутыми результатами
Метод оценки черт	Оценивается социально-психологическая характеристика сотрудника	Невозможно определить результаты деятельности работников
Метод анализа результатов деятельности коллектива	Позволяет определить усилие работника при выполнении конкретного задания	Не позволяет оценить личный вклад каждого работника в достижение полученных результатов
Метод групповой дискуссии	На его основании определяется уровень логического мышления сотрудников	Не позволяет оценить персонал предприятия
Комбинированные методы оценки персонала		
Метод тестирования	Оценивает компетентность рабочих в процессе моделирования производственной ситуации, отмеченной в содержании тестов	Авторы тестов не могут максимально приблизить их условия к реальной действительности
Метод заданного группирования работников	Используется для кадровой ротации работников в зависимости от требований, которые выдвигаются им при выполнении определенного вида работы	Не позволяет планировать взаимозаменяемость работников в других (смежных) подразделениях предприятия
Метод рангового порядка	Качество работы сотрудников оценивается на основании знаний, опыта, уровня квалификации	Не оценивается степень использования профессиональными качествами в процессе выполнения задания
Количественные методы оценки персонала		
Метод бальной оценки	Позволяет определять личные и профессиональные качества сотрудников	Не может применяться для оценки эффективности результатов решений
Метод определения уровня квалификации	Оценивает уровень профессиональной подготовки	Не оценивается интенсивность ис пользования кадрового потенциала
Метод номинальной оценки	Возможно определять степень результативности работы работников	Не отображается динамика эффективности принятых решений

$\hat{K}_i$ – *i*-й отдельный критерий оптимальности в нормируемом виде.

Величина относительного коэффициента значимости критериев определяется по формуле:

$$\lambda_i = \frac{\sum_{i=1}^{n} \delta_{ij}}{\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} \delta_{ij}}, \qquad (2)$$

где бальная оценка значимости *i*-го критерия, которая дана *j*-м экспертом тому значению критерия; *j* – индекс эксперта; *i* – индекс критерия.

Операция нормирования позволяет исключить влияние на интегральную оценку управленца единиц измерения, величины интервала допустимых значений критериев:

$$\hat{K}_i = \begin{cases} (K_i - V_i^-)/(V_i^+ - V_i^-), \text{если } K_i \to \max, \\ (V_i^+ - K_i)/(V_i^+ - V_i^-), \text{ если } K_i \to \min. \end{cases} \qquad (3)$$

Вывод о том, что использование данного метода является наиболее целесообразным, основывается на том, что данный метод базируется на методике системного анализа кадрового потенциала и личного вклада

сотрудников в успешность деятельности предприятия.

Другие методы не в полной мере объективно оценить кадровый потенциал предприятия.

Например, метод геометрической свертки критериев используется, если известна дополнительная информация о значении критериев для «идеального сотрудника».

В кадровом управлении этот метод используется для конкурсного отбора кандидатов на должность. Именно в этом случае достаточно просто сформулировать требования к претенденту на вакантную должность, поскольку достаточно воспользоваться соответствующими должностными инструкциями.

Недостаток данного метода заключается в субъективности выбора идеальной альтернативы и неопределенности результатов, полученных в ходе выбора альтернативных решений.

Выводы з этого исследования перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Предложено авторское определение кадрового потенциала предприятия. Проанализированы существующие методы оценок кадрового потенциала предприятия с указанием достоинств и недостатков. Представлены принципы эффективного управления кадровым потенциалом предприятия и рассмотрены современные методы интегральной оценки кадрового потенциала предприятия.

Выделена точка зрения авторов о том, что систематическая и своевременная оценка кадрового потенциала является превалирующим фактором повышения устойчивого функционирования предприятия. Рассмотрено значение оценки положительной динамики кадрового потенциала персонала для повышения эффективности формирования кадровой политики предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Современные проблемы управления персоналом предприятия / В.А. Антропов, А.В. Пилипчев, М.О. Семенов. К.: Наука, 2003. 143 с.
2. Генкина Б.М. Управление персоналом: классические концепции и новые подходы. К.: Дело, 1994. 348 с.
3. Ильин А.И., Вол С.Б. Управление карьерой менеджера: необходимость и основное содержание. М.: Сатурн, 1998. 219 с.
4. Корнев И.К. Управление персоналом. М.: Экономика, 1994. 307 с.
5. Пашковский С.М. Функции и оценка труда работников аппарата управления. К.: Прогресс, 1995. 158 с.
6. Старобинский Э. Как управлять персоналом? М.: Дело, 1995. 211 с.
7. Тарасовский В.Н. Персонал – технология, отбор, подбор и оценка менеджеров. К.: Наука, 1997. 342 с.
8. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. М.: Владос, 1999. 344 с.
9. Фриман Е.М. Интегральная оценка управленческого персонала для принятия кадровых решений на промышленном предприятия: дис. … канд. эконом. наук: 08.00.04. Д., 2008. 207 с.

УДК 65.011.56

LES ORIENTATIONS DE LA DECISION DE LA PROBLEME DE L'ADAPTATION DES CIM-MODELS AUX CONDITIONS DE LA RECONSTRUCTION DES BATIMENTS ANCIENS

ORIENTATIONS OF THE DECISION THE PROBLEM OF THE ADAPTATION OF CIM-MODELS TO THE CONDITIONS FOR THE RECONSTRUCTION OF OLD BUILDINGS

Chashyn D.
Associate Professor, PhD,
Prydniprovs'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture

L'obtention des décisions organisationnelles et technologiques de la reconstruction, de la rénovation, de la restauration et de la réparation des monuments historiques et des bâtiments anciens peut être basés sur des solutions obtenues à l'aide des logiciels complexes modernes avec création de Complex Intellectual Model (CIM-models) sur la base de la technologie automatisée de modélisation de la reconstruction.

Mots-clés: *les monuments historiques, les méthodes de diagnostic, les méthodes de rehabilitation, BIM-models, CIM- models, CIM-technology.*

Основою подальшого розвитку САПР-АСУБ є забезпечення інтеграції програмних комплексів різного призначення в єдину повнофункціональну автоматизовану систему. Комплексна інформаційна модель забезпечує автоматизацію вирішення всіх інженерних та розрахункових завдань в сфері проектування, управління та обліку на основі використання накопиченого досвіду вирішення цього завдання з використанням існуючих програм.

Уніфікація технологічних рішень і особливо структури та засобів передачі обмінної інформації значно зменшить трудомісткість процесу інженерного забезпечення будівництва, підвищить достовірність інформації на всіх етапах будівництва, забезпечить зменшення виробничих витрат, прискорення будівництва і забезпечить зниження його вартості.

Ключові слова: *комплексна інформаційна модель, ЦМО, розвиток САПР-АСУБ, укрупнений вид робіт, програмний комплекс.*

Основой последующего развития САПР-АСУБ является обеспечение интеграции программных комплексов различного назначения в единственную полнофункциональную автоматизированную систему. Комплексная информационная модель обеспечивает автоматизацию решения всех инженерных и расчетных заданий в сфере проектирования, управления и учета, на основе использования накопленного опыта решения этого задания с использованием существующих программ.

Унификация технологических решений и особенно структуры и средств передачи обменной информации значительно уменьшит трудоемкость процесса инженерного обеспечения строительства, повысит достоверность информации на всех этапах строительства, обеспечит уменьшение производственных расходов, ускорения строительства, и обеспечит снижение его стоимости.

Ключевые слова: *комплексная информационная модель, ЦМО, развитие САПР-АСУБ, укрупненный вид работ, программный комплекс.*

Basis of subsequent development of CAS-ACS systems is providing of integration of programmatic complexes of the different setting in the unique full functional CAS. The complex informative model provides automation of decision of all engineerings and calculation tasks in the field of planning, management and account, on the basis of the use of the accumulated experience of decision of this task with the use of the existent programs.

Standardization of technological decisions and especially structure and facilities of exchange information transfer considerably will decrease labour intensiveness of process of the engineering providing of building, will promote authenticity of information on all stages of building. Diminishing of production charges, accelerations of building, and will provide the decline of his cost.

Key words: *complex informative model, BIM, development of CAS-ACS systems, large-sized type of works, programmatic complex.*

Introduction. La solution la plus efficace à problème de l'obtention des décisions organisationnelles et technologiques de la reconstruction, de la rénovation, de la restauration et de la réparation des monuments historiques et des bâtiments anciens est la création de Complex Intellectual Model (CIM-models) sur la base de la technologie automatisée de modélisation de la reconstruction. Les solutions actuelles et méthodes de réhabilitation des monuments historiques peuvent être basés sur des solutions obtenues à l'aide de la technologie automatisée de modélisation de la reconstruction.

La formulation de l'objectif principal de la recherche. L'objectif de cette recherche – est l'adaptation des CIM-models pour l'obtention des décisions organisationnelles et technologiques de la reconstruction des bâtiments anciens. La base pour le développement des CIM-models – est la comptabilité de conditions complexes de la reconstruction, de la rénovation, de la restauration et de la réparation des monuments historiques et des bâtiments anciens.

Il est nécessaire prendre en considération les conditions particulières d'exécution des travaux de reconstruction – a savoir: l'étanchéité existante de la construction, le manque de place sur le chantier, la grande nomenclature des travaux différents sur le volume et la composition, etc. Ce objectif peut être atteint seulement avec l'étude des résultats du **diagnostic de l'état technique des bâtiments** et des résultats de **projets de rénovation**. Ensuite, ces résultats doivent être considérés dans la construction du CIM-models.

Les objectifs de diagnostic de l'etat technique des monuments historiques. Les objectifs du diagnostic de l'état technique des bâtiments comprennent:

L'enquête préliminaire, ce qui comprend la collecte et l'analyse de la documentation technique, une inspection générale de l'évaluation de l'etat, l'identification des structures les plus usés et d'urgence, la préparation de l'enquête technique détaillée du programme, y compris l'examen instrumental.

L'enquête détaillé, y compris l'examen instrumentale des structures des bâtiments, qui comprend:

– examen technique détaillée de l'état des structures porteuses souterrain et en surface des parties des bâtiments (fondations, murs de fondation, les murs extérieurs et intérieurs, colonnes, plafonds, balcons, terrasses, loggias, baies vitrées, le toit, etc.), et la présence et le degré de déformation et manifestations des dommages (fissures, des détournements, de flexion, glissements de terrain, etc.);

– mesure géodésique de l'affaissement des fondations et des structures de soutien des bâtiments et leur déviation de la verticale et horizontale;

– examen des structures pour détecter fongiques, les insectes, les insectes nuisibles et les bactéries biologiques;

– définition à l'aide des instruments des propriétés physico-mécaniques des matériaux;

– les mesures précises des sections transversales des éléments;

– précision des schémas constructifs des charges;

– identification, mesurage, la rédaction des croquis des défauts et des dommages structurels, identification des tailles de la déformation;

– fixation à foto des défauts;

– analyse des résultats de l'enquête, le calcul de la capacité résiduelle de charge des éléments, émettant des recommandations pour leur exploitation poursuite et leur renforcement;

– la fourniture de documents de construction et de dessins pour le renforcement et la restauration des éléments des bâtiments.

En conformité avec les exigences techniques du **rapport sur l'état technique du bâtiment** comprennent:

– les données sur la charge au moment de l'enquête;

– informations sur la déformation du bâtiment ou des éléments structuraux;

– une description des structures existantes et la construction dans son ensemble;

– les données sur l'état technique des installations;

– les données sur des charges supplémentaires sur le bâtiment et leur répartition sur les fondations apres la reconstruction ou la réparation;

– vérification des pressions existantes et des pressions attendues sur la base du sol apres la reconstruction;

– conclusions et recommandations quant à la possibilité de la reconstruction, y compris les moyens de renforcer les bases et renforcer les fondations.

Rapport sur l'état technique du bâtiment doit contenir une conclusion raisonnable sur la catégorie d'état technique des structures en conformité avec les règlements normatifs sur l'inspection des bâtiments et des structures [1].

Lors de l'inspection de l'état technique des structures **devraient être explorées**:

– passeport d'état technique du bâtiment;

– les dessins des structures existantes;

– les dessins d'exécution des travaux;

– les données de l'environnement interne (température, l'humidité, les environnements corrosifs, etc.);

– les données sur le mode de fonctionnement et des charges;

– les données techniques des fabricants des structures;

– les rapports sur structures, qui ont été effectués au cours des périodes précédentes;

– les projets des réparations, d'amplification et des rénovations, qui ont été effectuées précédemment;

– autre documentation technique;

– l'information, qui ne peut être obtenu à partir des documents, qui doit être déterminé par les calculs, par les enquêtes et de la recherche.

Dans le cadre d'une enquête doivent être élaborées et convenues avec le client les programmes de dépistage visuel et instrumentale, avec l'indication:

– du volume et d'ordre de l'examen;

– du volume et d'ordre de tests instrumentales et de laboratoire.

Programme de dépistage devrait fournir l'obtention le maximum possible des informations sur les défauts et les dommages structurels.

Après cela, on fait un examen technique et instrumentale des structures de construction, la définition de leurs capacité de charge et diagnostic des constructions du bâtiment. Ensuite, on doit créer le rapport technique sur les résultats de l'étude du site, la conception et la documentation de devis et plans de travail pour le renforcement et la restauration de la capacité portante des structures de construction.

Les necessites techniques pour les projets de la reconstruction des monuments historiques. Exigences pour les calculs:

– charges statiques et dynamiques dans le calcul du gain de structures de construction doit être envisagée sur la base des données sur le nouvel équipement;

– modèles de calcul des bâtiments et des structures, ainsi que les méthodes de calcul de structures et motifs de la construction, devraient refléter leur état actuel, les conditions, établies à la suite de l'enquête de travail, les méthodes adoptées pour réparer et de renforcement;

– dans les constructions qui fonctionnent sous une charge on doit compter des tensions qui existent dans ces structures au moment de l'amplification, et la séquence de commencement de fonctionnement des éléments d'amplification;

– vérification des calculs de structures doit être réalisées en tenant compte de l'évolution des charges, en tenant compte des changements dans les décisions de planification et les conditions d'exploitation, ainsi doit prendre en compte les défauts et les dommages, afin d'établir une capacité portante suffisante et la pertinence pour un fonctionnement normal.

Exigences pour le renforcement des structures de construction:

– lors du choix d'une méthode de renforcement des structures de construction doivent être considérés: la faisabilité de la méthode adoptée dans les circonstances particulières (risque d'incendie, l'environnement chimique agressif); limitations dans la production existante; degré de fiabilité et de durabilité; solutions pour l'installation d'équipements, en tenant compte de la charge de cet équipement; la nécessité d'un arrêt temporaire de l'exploitation des principales structures portantes et de contrôler leur état de contrainte-déformation; possibilité et la nécessité de l'appareil des échafaudages pour l'installation du gain.

Exigences pour le projet de travail pour le renforcement et la réparation des structures de construction: [2]

– le développement d'un projet de travail pour renforcer on doit identifier et utiliser les réserves portant structures de renforcement des capacités par: on doit clarifier les forces agissant dans les éléments en tenant compte des travaux de cadre spatial, les conditions réelles d'exploitation pour les unités, en tenant compte des valeurs réelles de charges, impacts et leurs combinaisons; préciser les caractéristiques de résistance des matériaux de structure et de composés; en tenant compte des dimensions réelles des sections et les dimensions des éléments transversaux et inclusion dans le travail des autres éléments d'appui des bâtiments et des structures.

Exigences supplémentaires pour les dessins de travail:

– il est nécessaire de prendre en compte la séquence des travaux visant à renforcer la structure dans son ensemble et de ses éléments individuels, en tenant compte des points de placement des diaphragmes raidissement;

– il est nécessaire de prendre en compte la communication des travails de renforcement avec les processus technologiques;

– il est nécessaire d'envisager des mesures pour assurer la solidité et la stabilité de la structure à toutes les étapes de travail, y compris des conseils sur le dispositif des soutiens temporaires, et les exigences d'installation aux valeurs de charges et les impacts;

– il est nécessaire de prendre en compte une liste des zones spécifiques, des unités, des composants structuraux et des opérations, qui exigent le respect de certaines séquences et les paramètres de procédés technologiques (mode de soudage, les règles de la précontrainte, etc.);

– il est nécessaire d'envisager des mesures pour assurer des conditions de travail sûres pour renforcer le bâtiment;

– il est nécessaire de tenir compte de la liste des travaux et des opérations qui devraient être prises sur les actes sur le caché ou nécessitent un contrôle intermédiaire;

– lors de la conception de renforcer la construction des structures de tenir compte de la nécessité d'exécuter des travaux sans arrêt de production.

Les grandes orientations de la decision de la probleme de l'adaptation des CIM-models aux conditions de la reconstruction de batiments anciens. Le logiciel CIM-technology complexes le plus efficace pour résoudre les problèmes posés, est Building Manager 10.9-10.10 – est le système complexe de gestion automatisé de la construction sur la base de la technologie automatisée de modélisation de la construction. Ce système a été développé par une équipe de chercheurs ukrainiens en 2010-14. Une particularité de ce système est le passage de la BIM-technology [3] à la CIM-technology et l'intégration effective avec les CAD-systèmes. Ce programme complexe incarne efficacement l'idée de l'intégration des CAD-ACS-systems.

Pour un fonctionnement efficace de chacun complexe logiciel, pour un fonctionnement efficace de chacun technologie automatisée de modélisation de la construction dans les décisions organisationnels et technologiques de la reconstruction – il est nécessaire d'adapter de complexe logiciel et de technologie automatisée de modélisation aux caractéristiques de la rénovation des bâtiments anciens. La mise en œuvre réussie d'adaptation des CIM-models aux conditions particulières d'exécution des travaux de la reconstruction permettra de recevoir les modèles organisationnels et technologiques, y compris les modèles de réseau de la planification de la reconstruction, ainsi que les 4D-models et les multi-D-models en temps réel. L'adaptation efficace des CIM-models aux conditions particulières d'exécution des travaux de la reconstruction permettra de monter sur un plus supérieur niveau de la gestion de la rénovation.

Pour atteindre cet objectif, dans le cadre de l'étude présente ont été résolus les mesures pratiques suivantes:

– pour la création des nouvelles bases des données ont été étudiés du cadre réglementaire pour la reconstruction, pour la rénovation, pour la restauration et pour la reparation des bâtiments anciens ayant une structure en pierre – en premier lieu – Eurocode [4], [5] – dans le cadre réglementaire de l'Union européenne pour la reconstruction;

– pour la création des BIM-models préliminaires ont été analysés des projets moderne pour le renforcement, pour l'affermissement, pour la reconstruction, pour la restauration et pour la reparation;

– pour la création des nouvelles bases des données et des nouvelles bases des connaissances ont été identifiées, analysées et présentées dans écrites forme mathématique des caractéristiques organisationnelles et technologiques de la reconstruction réelle des objets en temps reel;

– pour la création des nouvelles bases des données et des nouvelles bases des connaissances ont été identifiées, analysées et présentées dans écrites forme mathématique des résultats du diagnostic de l'état technique des bâtiments;

– ont été conçus des modèles numériques d'objets (BIM-models) à l'aide de la CIM-technology.

La solution réussi à ces problèmes a permis d'adapter des CIM-models aux conditions particulières d'exécution des travaux de la reconstruction et d'atteindre des objectifs de l'étude présente.

Conclusions. Dans le cadre de l'étude présente ont été trouvés les bases des décisions de l'adaptation des CIM-models pour l'obtention des décisions organisationnelles et technologiques de la reconstruction des bâtiments anciens. Il est nécessaire prendre en considération les conditions particulières d'exécution des travaux de reconstruction – a savoir: l'étanchéité existante de la construction, le manque de place sur le chantier, la grande nomenclature des travaux différents sur le volume et la composition, etc. Ce objectif peut être atteint seulement avec l'étude des résultats du diagnostic de l'état technique des bâtiments et des résultats de projets de la rénovation, de la reconstruction, de la restauration, de l'affermissement et de la reparation des bâtiments anciens ayant une structure en pierre. La solution réussi à ces problèmes pratiques a permis d'adapter des CIM-models aux conditions particulières d'exécution des travaux de la reconstruction.

L'adaptation efficace des CIM-models aux conditions particulières d'exécution des travaux de la reconstruction permettra de monter sur un plus supérieur niveau de la gestion de la rénovation, de la reconstruction, de la restauration, de l'affermissement et de la reparation des bâtiments anciens ayant une structure en pierre. La base pour le développement des CIM-models – est la comptabilité de conditions complexes de la reconstruction, de la rénovation, de la restauration et de la réparation des monuments historiques et des bâtiments anciens.

REFERENCES:

1. Energy efficiency requirements in building codes, energy efficiency policies for new buildings, International Energy Agency, March 2008.

2. Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement (IBGE), «Guide pour la construction et la rénovation de petits bâtiments», éditions IBGE, 2012, Bruxelles, Belgique.

3. H. Penttilä, M. Rajala, S. Freese, "Building Information modelling of modern historic buildings", eCAADe, 2007, pp. 607– 613.

4. EUROCODE 6: Design of masonry structures.

5. EUROCODE 8: Design of structures for earthquake resistance.

УДК 371.14+316.485

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

IMPROVING THE SYSTEM OF FINANCIAL INCENTIVES FOR EMPLOYEES OF ORGANIZATION

Кудінова М.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Черниченко І.В.
студент,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Статтю присвячено теоретико-методичному обґрунтуванню системи матеріального стимулювання працівників у роботі сучасних компаній. Визначено основні форми та напрями стимулювання персоналу в сучасних умовах, конкретизовано основні фактори ефективності такого стимулювання. Проведено аналіз вітчизняної компанії та обґрунтовано рекомендації щодо поліпшення наявної системи матеріального стимулювання.

Ключові слова: *персонал, стимулювання, мотивація, посада, оплата праці, оклад, премія, надбавка, коефіцієнт трудової участі, ранжування.*

Статья посвящена теоретико-методическому обоснованию системы стимулирования работников в работе современных компаний. Определены основные формы и направления стимулирования и мотивации персонала в современных условиях. Выделены основные факторы эффективности такого стимулирования. Проведен анализ отечественной компании и обоснованы рекомендации по улучшению существующей системы материального стимулирования.

Ключевые слова: *стимулирование работников, лидеры организации, анализ компании, мотивация, оплата труда, инновационные методы, корпоративная культура.*

The article is devoted to the theoretical and methodological justification of the incentive system for employees in the work of modern companies. The main forms and directions of incentive and motivation of personnel in modern conditions were defined and the main factors of effectiveness of such incentive is specified. The analysis of the domestic company was made and recommendations for improving the existing system of financial incentives have been substantiated.

Key words: *stimulation of employees, organization leaders, financial incentives, motivation, innovative methods.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Сьогодні в національному бізнесі існує проблема активізації людського фактору за допомогою його мотивування для підвищення продуктивності праці. Ця проблема є багатовекторною й складною, оскільки стосується усього ринку праці й торкається таких питань, як оплата праці, інноваційна діяльність організації, корпоративна культура та інші чинники.

Майже всі види діяльності пов'язані з внутрішніми потребами людини. На перший погляд, практично апробовано методи примусової мотивації, які забезпечують підлеглому матеріальну або іншу компенсацію відповідного рівня. Проте нинішня ситуація демонструє, що більш ефективними вважаються ті моделі, що засновані на принципах особистої зацікавленості самих підлеглих, коли ті або інші дії виконуються ними із власного бажання, передусім через внутрішні спонукальні мотиви.

Це зумовлює необхідність вивчення цього питання, тобто виявлення на основі прикладів функціонуючих сучасних компаній мотивів і стимулів людини, уточнення класифікацій цих категорій, виокремлення останніх досягнень у питаннях стимулювання людини та рекомендацій на основі проведеного аналізу щодо мотивації й стимулювання персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Окремі аспекти ефективного стимулювання в розрізі розвитку організації розглядали у своїх роботах такі вчені, як Д. Богиня, В. Гриньова, М. Дороніна, А. Колот,

О. Новикова, В. Ковальов, М. Сирникова, О. Козлова, І. Кузнєцов, А. Сміт, Ф. Тейлор, А. Маслоу, К. Альдерфер, Д. МакКлелланд, Ф. Герцберг, Д. МакГрегор та ін. Водночас питання матеріального стимулювання персоналу сучасної української організації нині постають достатньо гостро та потребують подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є узагальнення теоретико-методологічних аспектів стимулювання персоналу, а також аналіз, оцінка та обґрунтування шляхів удосконалення цього процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Найважливішою особливістю управління сучасною компанією як соціальною системою є безперервний пошук продуктивного компромісу між інтересами організації та інтересами людини. Одним із найбільш важливих у цьому відношенні питань є формування висококваліфікованого апарату менеджерів, підготовка освічених, вихованих кадрів, які володіють сучасними технологіями. Головні надії покладаються на лідерів, які виступають основними суб'єктами організаційних змін та носіями нової корпоративної культури. Слід виділити як мінімум дві риси нової системи управління:

− забезпечення інноваційної поведінки співробітників компанії;

− забезпечення відтворення лідерів на всіх рівнях організації.

Об’єктом дослідження виступає організація – приватне підприємство «Золотий перетин» (м. Харків). Група компаній виконує комплекс робіт із реалізації проектів будівництва енергоносіїв на основі контрактів: проектування й підготовка робочої документації, поставка основного і допоміжного обладнання, будівництво, експлуатація та сервісне обслуговування енергоносіїв. Підприємство має висококваліфікований кадровий склад: 15 керівників, 90 фахівців, сім осіб персоналу, які допомагають у роботі відділів. Штат становить на 2017 р. 112 осіб.

В організації, що досліджується, до матеріального стимулювання належить оплата праці, що здійснюється на основі встановлених базових окладів. Розмір окладу співробітників підприємства встановлюється згідно з трудовим договором (контрактом), укладеним із працівником. До базового окладу додаються доплати або відрахування з нього, якщо кількість робочих годин на день відрізняється від установленого договором. Окрім базового окладу, працівники мають можливість отримання премій, надбавок та вислуги за багаторічну працю, у зв'язку з ювілейними датами. Винагорода сплачується у таких розмірах:

1) із нагоди 50-річчя працівника за стажу роботи в організації:

− від 1 до 6 років − 0,15 окладу;

− від 7 до 12 років – 0,30 окладу;

2) із нагоди 50- і 60-річного ювілею за стажу роботи в організації:

− від 1 до 6 років − 0,2 окладу;

− від 7 до 12 років − 0,5 окладу.

Вислуга років виплачується працівникам, що відпрацювали більше трьох календарних років на підприємстві у таких розмірах:

1) від 3 до 5 років − 20% базового окладу;

2) понад 5 років − 30% базового окладу.

Таким чином, оплата праці працівників здійснюється на основі встановлених окладів. Основним заходом матеріального стимулювання організації вибрано преміювання.

Для оцінки системи стимулювання персоналу використано можливість зворотного зв'язку, для цього проведено опитування працівників організації щодо їхнього сприйняття системи стимулювання.

Основне завдання опитування − отримання даних, на підставі яких доцільно побудувати більш ефективну систему мотиваційних принципів, а також розширити можливості впливу на працівників іншими матеріальними заходами. За результатами дослідження структури мотивації співробітників отримано інформацію про рівень задоволеності якістю праці та систему цінностей, яка притаманна працівникам, що в майбутньому допоможе спроектувати більш раціональну систему стимулювання. Порівняння параметрів, які впливають на задоволеність якістю праці, з цінностями й орієнтаціями співробітників надало інформацію про можливі розбіжності та проблеми в мотиваційній структурі підприємства.

В опитуванні прийняв участь 41 працівник, з яких: 6 − керівники, 11 − працівники офісу, 14 − виробничі працівники. Отримані результати опитування наведено в табл. 1.

Як видно з отриманих даних, як виробничим робітникам, так і керівникам та службовцям недостатньо зрозумілими є принципи нарахування заробітної плати. Незрозумілим є встановлення конкретного розміру премії кожному працівнику, не є чітким принцип нарахування штрафів, незрозумілий принцип установлення персональних надбавок. При цьому розмір заробітної плати приблизно такий, як і в інших організаціях, тобто він конкурентоспроможний на ринку. Аналіз системи стимулювання праці персоналу в організації, що досліджується, дав змогу виділити три головні проблеми системи стимулювання:

1. Наявна система оплати праці є досить складною і при цьому не прозорою.

2. Нарахування премій, надбавок неефективне, тому що персонал не має чіткого уявлення про те, в яких випадках яке заохочення буде використано, відсутні критерії заохочень.

3. Застосовувана система оплати праці не враховує достатньою мірою складність роботи, що виконується кожним, професійний досвід та відповідальність.

Таблиця 1

Результати дослідження системи стимулювання персоналу в організації

Питання	Виробничий персонал			Керівники, спеціалісти офісу		
	Так	Ні	Не завжди	Так	Ні	Не завжди
Мені зрозуміло, як нараховується заробітна платня	18%	42%	40%	85%	15%	
Мені зрозуміло, як нараховується премія	9%	68%	23%	78%	10%	12%
Мені зрозуміло, як установлюється штраф	12%	88%		56%	44%	
Мені зрозуміло, за що встановлюється персональна надбавка		100%		44%	56%	
Мене влаштовує розмір моєї заробітної плати	36%	54%	10%	30%	63%	7%
Розмір моєї заробітної платні приблизно такий, як і в інших організаціях	78%	22%		58%	42%	

На основі проведеного аналізу системи стимулювання обґрунтоване розроблення заходів, спрямованих на вдосконалення наявної практики. Для поліпшення матеріального стимулювання пропонується розроблення нової системи оплати праці персоналу, яку доцільно побудувати на Положенні про оплату праці працівників підприємства. Для виробничих працівників компанії пропонується використовувати коефіцієнт трудової участі (КТУ) для визначення суми премії. Доцільно розробити та впровадити оплату праці керівників усіх рівнів і працівників офісу на основі категорій посад, а також виділити декілька категорій посад, які відрізнять працівників між собою за цінністю для організації, цілями та результатами праці. Після цього для кожної з них сформувати свою структуру системи стимулювання. Мета уведення такої системи − зацікавити співробітника в підвищенні якості та ефективності його праці, продемонструвати залежність отриманих результатів від прикладених зусиль.

Завдання створення системи стимулювання за категоріями полягає у:

− визначенні чисельності показників для кожної посади, щоб співробітникам було зрозуміло, куди спрямувати свої зусилля для більшої результативності діяльності організації та збільшення заробітної плати;

− введенні системи категорій, що дає кожному працівнику можливість просуватися кар'єрними сходинками в компанії всередині кожної категорії;

− виплаті премії за результатами праці щомісячно.

Роботу з ранжування персоналу за категоріями доцільно виконати в декілька етапів:

1-й етап. Спочатку HR-менеджер повинен провести аналіз робіт й описати всі посади організації із зазначенням відповідних завдань, а також необхідною освітою, досвідом і ступенем відповідальності. Всі описи робіт необхідно погодити зі співробітниками та їх безпосередніми керівниками.

2-й етап. Необхідно створити експертну групу, куди можуть увійти фахівець із кадрів, керівники структурних підрозділів. Створення експертної групи має бути закріплено наказом директора, в якому ще повинні бути визначені терміни виконання роботи на кожному етапі.

3-й етап. Слід вибрати метод класифікації. Нами визначено класифікацію, основану на простому ранжуванні. За цією системою кожна посада описується повністю, а не виділяються її окремі функціональні обов'язки. При цьому позиції розташовуються у порядку відповідно до ступеня значимості та внеску в діяльність організації.

4-й етап. Визначення критеріїв посад. Повинні бути розроблені вимоги до кожної посади, нижче наведені приклади категорій деяких посад даної організації:

1) Начальник відділу 1-ї категорії − вища освіта, досвід роботи в Товаристві від трьох років, відповідальність за управління роботою компанії.

2) Начальник відділу 2-ї категорії − вища освіта, досвід роботи на керівній посаді в Товаристві від одного до трьох років, відповідальність за управління роботою компанії як заступника керівника.

3) Спеціаліст управління − вища освіта у цій галузі або робота в громадських організаціях до одного року, відповідальність за відносини між компанією й споживачами (заключення договорів, контроль їх виконання, вирішення претензій, конфліктних ситуацій).

4) Спеціаліст 1-ї категорії − середня спеціальна освіта, досвід роботи у сфері діяльності організації або в Товаристві від двох років, відповідальність за ведення документації.

5) Спеціаліст управління 2-ї категорії − середня спеціальна освіта, досвід роботи в Товаристві від одного до двох років, знання основних операцій за посадою.

Для підвищення зацікавленості працівників під час розподілу преміальних виплат пропонується використовувати коефіцієнт трудової участі (КТУ).

Положення про застосування КТУ розробляється й узгоджується з громадською комісією працівників та затверджується керівником.

КТУ являє собою кількісну оцінку трудового внеску кожного працівника в кінцевий результат роботи, яка використовується для нарахування заробітної плати кожного працівника. Застосування КТУ для оцінки праці посилює залежність розміру оплати праці конкретного працівника від результатів його праці.

Коли працівники чітко розуміють, за який проступок та на яку суму їх позбавлять премії, вони будуть намагатися їх мінімізувати, тим самим це позначиться на поліпшенні праці.

Для наочного прикладу пропонуємо розглянути приклади закордонного досвіду у сфері стимулювання кадрів. Результати дослідження компанії Bersin&Associates, що в 2017 р. оцінювала, як в організаціях приділяється увага лідерству та впровадженню інновацій, показують, що в більшості західних компаній використовується модель управління, яка заснована на лідерстві її співробітників. Головним пріоритетом цих компаній є розвиток лідерства. За даними опитувань працівників у зарубіжних компаніях, 64% співробітників уважають, що лідерство потрібно від кожного [3]. Дослідження показало, що в середньому на одного співробітника західна компанія витрачає втричі більше, ніж вітчизняна. Але й додана вартість у розрахунку на одного співробітника майже вдвічі перевищує виручку.

Американські компанії витрачають на освіту власного персоналу понад $50 млрд. 10% провідних американських фірм навчають 98% свого персоналу, а переважна більшість учасників ринку намагається не відставати: знання за рахунок роботодавця отримують більше третини співробітників. Тримають задану планку й у Європі. У Франції, наприклад, компанії витрачають до $30 млрд. на рік на навчання, а у Великобританії й того більше − до $40 млрд. В Україні ж навчають не більше 15–30% персоналу організацій. У більшості вітчизняних компаній програми розвитку лідерів існують не на всіх рівнях, немає окремого бюджету для розвитку лідерства, немає культури лідерства. Так само досить часто в практичному менеджменті України аналітики посилаються на ментальність нашого суспільства, стверджуючи, що мало людей на підприємствах підходять до виконання роботи раціонально та використовують логіку. Вчені зі США давали лідерам опис різних бізнес-ситуацій із варіантами рішень та просили вибрати вірні. Поки управлінці виконували завдання, їх мозок сканували за допомогою МРТ [3]. З'ясувалося: найсильніше в управлінців активізувалася не прифронтова кора мозку, що відповідає за логіку та раціональність, а інші його зони – що керують емоціями та соціальним інтелектом.

Таким чином, стратеги керуються більше інтуїцією та знанням соціуму. Це свідчить про те, що в кожному співробітнику може ховатися лідер та кожен підлеглий розуміє свою роль та своє завдання у компанії.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Аналіз системи стимулювання праці персоналу в організації, що досліджуються, дав змогу виділити три основні проблеми її системи стимулювання:

1. Складна та не прозора система оплати праці.
2. Відсутність розуміння функціонування системи заохочень.
3. Неврахування достатньою мірою складності виконуваної роботи, професійного досвіду і відповідальності кожним підлеглим.

Запропоновано на основі проведеного аналізу системи стимулювання для виробничих працівників компанії під час визначення суми премії використовувати коефіцієнт трудової участі (КТУ) та впровадити систему оплати праці керівників усіх рівнів та працівників офісу на основі категорій посад.

Загалом можемо побачити, що розвиток сьогоднішніх методів стимулювання дає запоруку для сталого розвитку національного підприємництва. У довгостроковому періоді краще розраховувати на людські якості людини. Для того щоб вони їх проявили, потрібно формувати такі умови та правила, за яких працівник буде спиратися на власний стимул та виконувати роботу із задоволенням.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ковтуненко Ю.В., Кавєріна С.Ю. Методичний інструментарій оцінки інтелектуального капіталу інноваційного розвитку підприємства. Економіка та суспільство. 2016. № 2. С. 286–291. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/51.pdf.
2. ТОВ «Золотое Сечение» 2018. URL: http://www.gsukr.com.ua/.
3. Bersin&Associates 2015. URL: http://home.bersin.com/.
4. HR-исследования и решения 2015. URL: http://www.malakut.com/ru/.
5. Смоквіна Г.А. Підходи та інструменти оцінювання інтелектуального капіталу як чинника забезпечення економічної безпеки підприємства. Економіка: реалії часу. 2016. № 6(28). С. 114–126. URL: http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n6.html.
6. Філіппов В.Ю., Кучинський А.С. Використання заробітної плати в якості інструменту мотивації управлінського персоналу. Економіка: реалії часу. 2015. № 3(19). С. 99–103. URL: http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html.

УДК 658:65.012.8

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ЮВЕЛІРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ПОТОЧНИЙ РІВЕНЬ ТА КЛЮЧОВІ ЗАГРОЗИ

ECONOMIC SECURITY OF THE COMPANIES OF THE JEWELRY INDUSTRY: CURRENT LEVEL AND KEY THREATS

Штангрет А.М.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансово-економічної безпеки,
обліку і оподаткування,
Українська академія друкарства

Караїм М.М.
кандидат економічних наук,
асистент кафедри фінансово-економічної безпеки,
обліку і оподаткування,
Українська академія друкарства

Висока агресивність зовнішнього середовища актуалізує необхідність приділення максимальної уваги питанням забезпечення безпеки кожного суб'єкта господарювання. Результатами негативної дії зовнішніх та внутрішніх загроз стало суттєве зменшення кількості підприємств ювелірної промисловості, скорочення чисельності зайнятих працівників – ключового ресурсу, погіршення фінансових показників діяльності. За результатами оцінки економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості та узагальнення наукового доробку визначено сукупність ключових внутрішніх і зовнішніх загроз та обґрунтовано перелік ключових завдань для формування безпечних умов розвитку підприємств ювелірної промисловості.

Ключові слова: *безпека, економічна безпека, ювелірна промисловість, загроза.*

Высокая агрессивность внешней среды актуализирует необходимость привлечения максимального внимания к вопросам обеспечения безопасности каждого предприятия. Результатами негативного воздействия внешних и внутренних угроз стало существенное уменьшение количества предприятий ювелирной промышленности, сокращение численности занятых работников – ключевого ресурса, ухудшение финансовых показателей деятельности. По результатам оценки экономической безопасности предприятий ювелирной промышленности и обобщения научного наследия определена совокупность ключевых внутренних и внешних угроз и обоснован перечень ключевых задач для формирования безопасных условий развития предприятий ювелирной промышленности.

Ключевые слова: *безопасность, экономическая безопасность, ювелирная промышленность, угроза.*

The high aggressiveness of the external environment actualizes the need to give maximum attention to the issues of ensuring the security of each enterprise. The result of the negative impact of external and internal threats was a significant decrease in the number of enterprises in the jewelry industry, a reduction in the number of employed workers – a key resource, a deterioration in financial performance. Based on the results of assessing the economic security of jewelry industry enterprises and summarizing the scientific heritage, a certain set of key internal and external threats and a reasonably list of key tasks for the formation of safe conditions for the development of jewelry industry enterprises.

Key words: *security, economic security, jewelry industry, threat.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Безпека, будучи базовою категорією для існування людини, починаючи з часів з'ясування сутності Всесвіту не зменшила своєї важливості як умови існування та розвитку. Сьогодні економічна безпека формує підґрунтя для ефективного функціонування, досягнення інтересів та забезпечення сталого розвитку кожного суб'єкта господарювання. Відсутність достатнього досвіду, порівняно незначний науковий доробок та швидкозмінність умов госпо-

дарювання ускладнюють формування належної системи економічної безпеки на вітчизняних підприємствах. Виробництво ювелірних виробів характеризується низкою специфічних параметрів, які актуалізують приділення уваги формуванню необхідного методичного забезпечення управління економічною безпекою підприємств ювелірної промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Теоретичному розробленню питань, пов'язаних із забезпеченням економічної безпеки на всіх рівнях управління, багато уваги приділяли О. Ареф'єва, В. Білоус, І. Бінько, Н. Вавдіюк, В. Геєць, З. Герасимчук, В. Духов, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, С. Злупко, Т. Кузенко, О. Кузьмін, А. Кірієнко, Т. Ковальчук, Б. Кравченко, М. Лесечко, В. Марцин, Л. Мельник, І. Михасюк, С. Мочерний, В. Мунтіян, Н. Нижник, Г. Пастернак-Таранушенко, С. Покропивний, Г. Ситник, А. Ревенко, О. Терещенко, С. Шкарлет, В. Шлемко, В. Ярочкін та ін. Окремі аспекти розвитку ювелірної промисловості розглядають такі економісти-дослідники як Т. Артюх, А. Босак, В. Вартанян, Д. Вислогузов, І. Григоренко, К. Єфремова, В. Збойков, Н. Луців, Л. Машковська, О. Михайловський, В. Михальський, К. Семенюк, Ю. Тітова, Л. Чиж та ін.

Віддаючи належне науковій та практичній значущості праць провідних учених, слід зазначити, що у вітчизняній літературі й практиці господарювання підприємств недостатньо досліджено важливі питання забезпечення економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є здійснення оцінки економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості як основи для формування сукупності ключових загроз та розроблення відповідних захисних заходів.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. В основі оцінки економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості нами покладено дослідження динаміки ключових показників фінансово-господарської діяльності. Інформаційним підґрунтям стали офіційні статистичні дані підприємств, які спеціалізуються на виробництві ювелірних виробів, біжутерії та подібних виробів (код 32.1 за КВЕД – 2010) [4, с. 193–370].

Перший аспект, на якому доцільно акцентувати увагу, – динаміка кількості підприємств, що визначає загальні тенденції розвитку ювелірної промисловості в Україні (рис. 1).

Загалом кількість підприємств, які спеціалізуються на виробництві ювелірних виробів, скоротилася з 361 у 2010 р. до 232 у 2016-му, тобто на 35,73%. Для порівняння: кількість промислових підприємств загалом у цьому ж часовому відрізку зменшилася на 11,0%, у т. ч. переробної промисловості – на 12,66%. Здійснене порівняння дає змогу дійти висновку про наявність суттєвих загроз для економічної безпеки не лише підприємств ювелірної промисловості, а й виробництву ювелірних виробів в Україні у цілому.

Для підприємств ювелірної промисловості найбільш цінним ресурсом є кваліфікований персонал. Йдеться не просто про працівників, а про майстрів зі стажем та відповідними творчими навичками, здатних створювати витвори мистецтва. Лише унікальність та творчий підхід забезпечують виробництво конкурентоспроможної ювелірної продукції. Отже, вважаємо за необхідне звернути увагу на наявність негативних тенденцій стосовно скорочення кількості зайнятих працівників на підприємствах ювелірної промисловості. Темп скорочення у 2016 р. порівняно із 2010 р. становив 54,35%,

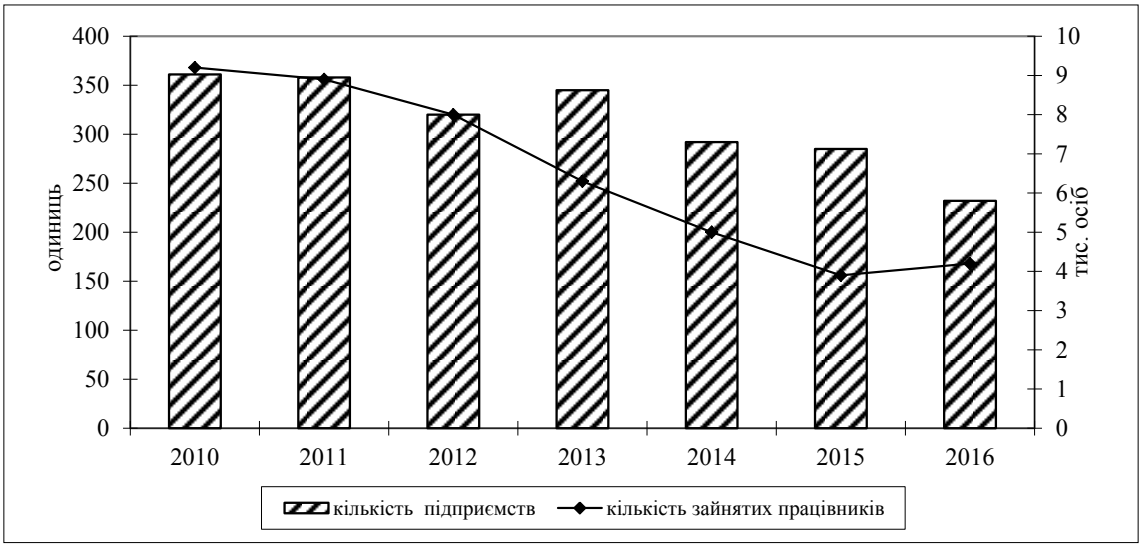


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств та зайнятих працівників на підприємствах ювелірної промисловості [4, с. 193–207]

тобто можна говорити про суттєві втрати людського капіталу, які в умовах складного виробництва відновити буде надзвичайно складно. Зважаючи хоча б на те, що в загальному по промисловості скорочення зайнятих працівників становило 27,16%, у т. ч. в переробній промисловості – 25,27%, то на підприємствах ювелірної промисловості явними є загрози для кадрової безпеки, реалізація яких спричиняє зниження конкурентоспроможності вітчизняного виробництва ювелірних виробів.

Поруч із кількістю підприємств та зайнятих працівників важливим показником розвитку є динаміка обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг), яка в графічному вигляді нами подана на рис. 2.

Попри незначне зростання обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) у 2014–2016 рр. наявність інфляційних процесів та девальвація національної валюти засвідчують скоріше про негативні тенденції й скорочення ювелірного виробництва в Україні, причини чого будуть розглянуті в подальшому.

Ефективність господарської діяльності безпосередньо визначається кінцевими фінансовими результатами, отже, спираючись на офіційні статистичні дані, нами в графічному вигляді подано динаміку чистого прибутку (збитку) та частки збиткових підприємств ювелірної промисловості (рис. 3).

Безперечно, факт негативного кінцевого результату, тобто збитків, у 2013–2016 рр., а

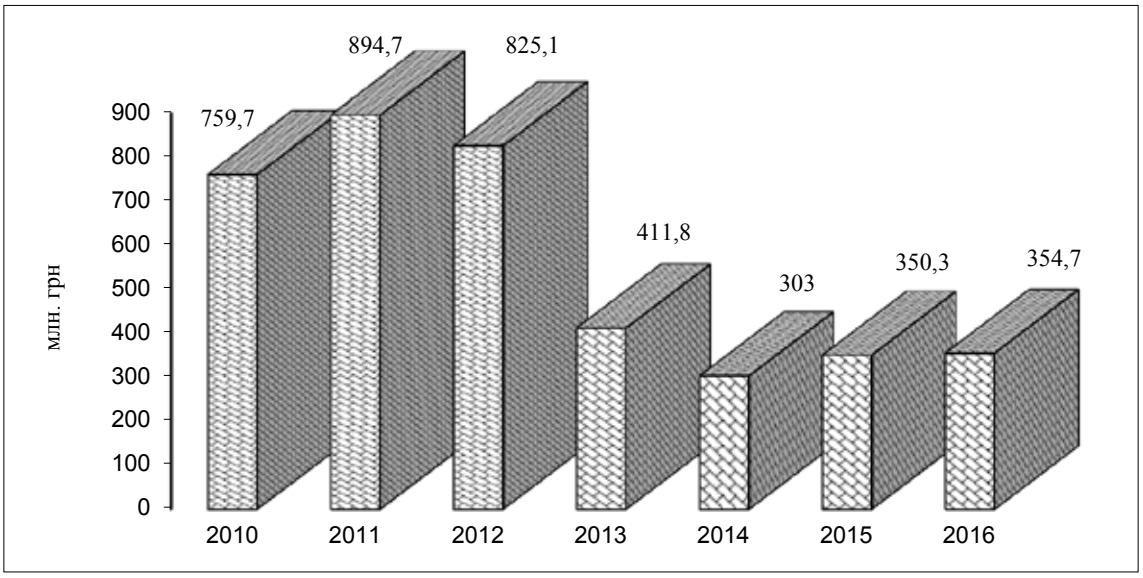


Рис. 2. Динаміка обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств ювелірної промисловості [4, с. 307–320]

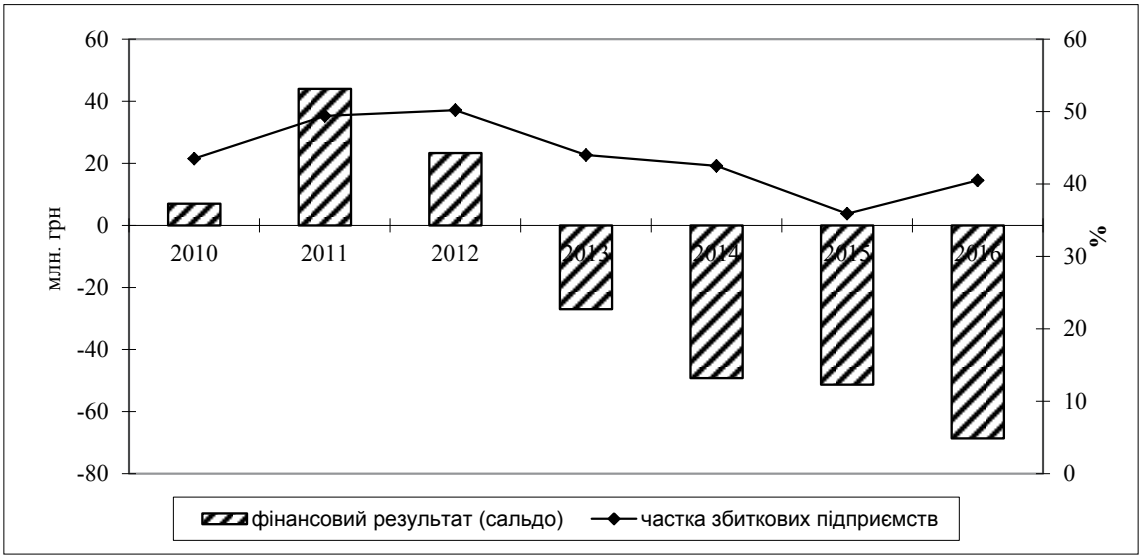


Рис. 3. Динаміка фінансових результатів діяльності підприємств ювелірної промисловості [4, с. 358–370]

також наявна тенденція до зростання їх величини вказують на низьку ефективність господарської діяльності підприємств ювелірного виробництва. Про наявність загроз для фінансової безпеки підприємств ювелірної промисловості свідчить і частка серед них збиткових, зокрема у 2016 р. – 40,5%. Для порівняння: у цілому по промисловості збитковими були цього ж року 27,5%, у т. ч. переробної промисловості – 25,1%. Важливо також звернути увагу, що на відміну від промисловості у цілому, у 2016 р. для ювелірної промисловості мало місце зростання величини збитків та збільшення частки збиткових підприємств.

Ще один аспект, який, на нашу думку, заслуговує на увагу – динаміка та величина відносного показника ефективності господарської діяльності – рентабельності (збитковості) усієї діяльності підприємств ювелірної промисловості (рис. 4).

Попри позитивно вищу рентабельність підприємств ювелірної промисловості у 2010–2012 рр. наступний період – 2013–2014 рр. – характеризувався суттєво більшим рівнем збитковості та негативною динамікою у 2016 р., що вказує на низький рівень фінансової безпеки вітчизняних виробників ювелірних виробів.

Узагальнюючи, доцільно ще раз підкреслити, що результати проведеного оцінювання економічної безпеки підприємств ювелірного виробництва вказують на наявність суттєвих загроз, передусім для фінансової та кадрової безпеки. Доцільно підкреслити, що інші складники економічної безпеки нами не були охопленні через відсутність необхідного інформаційного підґрунтя. Водночас у структурі економічної безпеки саме фінансова безпека вважається ключовою, а її рівень – результуючим.

Узагальнення точок зору провідних науковців [2, с. 32; 3, с. 110; 6, с. 235; 7, с. 113–118; 9, с. 64; 10, с. 146] дало змогу визначити сукупність зовнішніх та внутрішніх загроз, які найбільш суттєво впливають на рівень економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості:

– негативний вплив політичної та соціальної нестабільності, військові дії на території країни;

– посилення фінансової кризи, зростання рівня інфляції та розбалансування системи грошового обігу в державі;

– засилля товарів іноземного виробництва на внутрішньому ринку внаслідок зниження митних зборів на імпорт коштовностей;

– залежність від імпорту сировини через відсутність власних розроблених родовищ і промислового видобутку дорогоцінних металів;

– втрата ресурсного потенціалу держави, зокрема бурштину, внаслідок відсутності законодавчого регулювання його добування та оброблення;

– низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції внаслідок більш високої вартості дорогоцінних металів як основного складника собівартості виробленої ювелірної продукції порівняно із закордонними товарами;

– недосконалість законодавчого поля діяльності підприємств ювелірної промисловості, зокрема стан правового та нормативного забезпечення контролю над якістю сплавів ювелірних виробів із дорогоцінних металів;

– відсутність або недосконалість на підприємствах системи управління якістю, що не дає змоги забезпечити високу конкурентоспроможність вітчизняної ювелірної продукції;

– використання нестандартних сплавів із домішками, які погіршують якість ювелірних виробів та підривають довіру до торгової марки;

Рис. 4. Динаміка рентабельності (збитковості) усієї діяльності підприємств [4, с. 370–378]

– тінізація ринку ювелірних виробів через відсутність належного державного контролю.

Зовнішні і внутрішні загрози тісно взаємопов'язані між собою, і посилення дії однієї загрози може викликати ланцюжок реакцій, пов'язаних із посиленням чи послабленням дії інших загроз. Забезпечення економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості повинно ґрунтуватися на комплексному аналізі взаємодії всієї системи загроз з урахуванням їх структурних взаємозв'язків під час розроблення захисних заходів. Пріоритетними завданнями під час забезпечення безпеки є комплексний аналіз загроз, оцінка їхнього пролонгованого впливу і формування комплексу заходів, що дає змогу підприємству успішно функціонувати в нестабільних умовах зовнішнього і внутрішнього середовища.

Як підсумок, за результатами проведеного дослідження можна сформувати наступні завдання економічної безпеки підприємств ювелірної промисловості:

– прогнозування тенденцій, які ведуть до порушення нормального функціонування та розвитку підприємства;

– встановлення причин і умов, які сприяють нанесенню збитку та загрожують реалізації економічних інтересів, порушенню нормального функціонування;

– своєчасне виявлення й усунення загроз для економічної безпеки, зниження ризиків у діяльності;

– створення ефективного механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, умов оперативного реагування на загрози, їх своєчасного виявлення;

– дотримання адекватності витрат для забезпечення виконання рішень у процесі гарантування економічної безпеки можливим утратам від реалізації зовнішніх та внутрішніх загроз.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Поточний стан вітчизняної ювелірної промисловості характеризується: скороченням кількості підприємств, утратою людського капіталу, зростанням величини збитків та критично високою збитковістю усієї діяльності, що є результатом реалізації сукупності зовнішніх та внутрішніх загроз. Визначені загрози повинні стати основою для вдосконалення управління економічною безпекою на кожному підприємстві ювелірної промисловості через формування системи моніторингу, коригування завдань для суб'єктів безпеки та реалізації сукупності захисних заходів.

Подальшого дослідження потребують проблеми, пов'язані з урахуванням специфіки господарської діяльності підприємств ювелірної промисловості під час формування системи індикаторів оцінки економічної безпеки в розрізі основних функціональних складників та визначення інтегрального показника економічної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антикризові технології в управлінні економічною безпекою підприємства: монографія / М.М. Караїм, В.В. Мартинів, А.М. Штангрет та ін.; за заг. ред. А.М. Штангрета. Львів: Укр. акад. друкарства, 2016. 250 с.
2. Босак А.О., Чорній В.Я. Передумови розвитку золотодобування в Україні. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2011. № 2. С. 30–35.
3. Дослідження розвитку українського ринку ювелірної продукції / В.М. Вартанян, В.М. Гавва, Д.О. Турко. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2008. № 3. С. 108–117.
4. Діяльність суб'єктів господарювання: стат. зб. / За ред. М.С. Кузнєцової. К.: Консультант, 2017. 588 с.
5. Луців Н.В. Проблеми та основні тенденції розвитку вітчизняного ринку ювелірних виробів. Товарознавство та інновації. 2012. Вип. 4. С. 79–89.
6. Михайловський О.В. Трансформація функцій золота у сучасній міжнародній економіці. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 12. С. 230–237.
7. Михальський В.В. Золото в структурі світового фінансового ринку: монографія. К.: Ніка-Центр, 2010. 252 с.
8. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства: монографія / За заг. ред. А.М. Штангрета. Львів: Укр. акад. друкарства, 2017. 276 с.
9. Попівняк Ю.М. Проблеми функціонування ювелірної промисловості України у світовому контексті та шляхи їх розв'язання. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 9. С. 62–69.
10. Семенюк К.М. Нормативно-правова складова державного регулювання ювелірною галуззю в Україні: стан і перспективи. Економіка та держава. 2013. № 11. С. 145–148.

УДК 338.24.01.

КЛІЄНТСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

THE CUSTOMER CAPITAL OF THE ENTERPRISES OF TOURISM AND HOSPITALITY SERVICE

Яворська О.Г.
кандидат біологічних наук,
доцент кафедри туризму та фізичного виховання,
Київський національний лінгвістичний університет

У публікації розглядається клієнтський капітал як сучасне поняття, яке впливає на бізнес-процеси та проекти підприємств сфери туризму та індустрії гостинності. Дослідження оцінки інтелектуальних активів та зовнішніх нематеріальних ресурсів суб'єктів господарської діяльності охоплює широкий спектр запропонованих методів та теорій за останній час, що активізує ступінь вивчення та розроблення даного напряму. У статті приділено увагу питанням оцінки та застосування клієнтського капіталу підприємств малого бізнесу. Результати вивчення можуть бути використані для поліпшення методів управління та реалізації політики, спрямованої на підвищення ефективності менеджменту людських ресурсів.
Ключові слова: *інтелектуальний капітал, клієнтський капітал, туризм, індустрія гостинності.*

Данная статья рассматривает клиентский капитал как современное понятие, которое оказывает влияние на бизнес-процессы и проекты предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Исследование по оценке интеллектуального актива и внешних нематериальных ресурсов субъектов хозяйственной деятельности охватило широкий спектр предложенных методов и теорий за последний период. Это активизирует степень исследования по изучению и разработке данного понятия. В статье уделено внимание вопросам оценки и задействования клиентского капитала предприятиями малого бизнеса. Результаты исследования могут использоваться для улучшения существующих методов управления и реализации политики, направленной на увеличение эффективности менеджмента человеческих ресурсов.
Ключевые слова: *интеллектуальный капитал, клиентский капитал, сфера обслуживания, туризм, индустрия гостеприимства.*

This paper discusses Customer/Relational Capital as a modern concept that has influenced business processes and plans OF the ENTERPRISES of tourism and hospitality service. The research into measuring the Intellectual Capital and the External Resources of companies has produced a plethora of proposed methods and theories over the last years. It aims at exploring and assessing the extent of awareness of such concept. The research focuses on how to evaluation and exploit Customer Capital. Findings are used to support existing managerial practices and policies for better retention practices and management of human resources.
Key words: *Customer/Relational Capital, Intellectual Capital, service industries, tourism, hospitality service.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Сучасний туризм є важливим фактором розвитку сучасної сервісорієнтованої економіки та постіндустріального суспільства. За короткий час туризм перетворився з елітарного виду відпочинку на масове явище, ставши феноменом XX ст. Розвиток вітчизняного туризму та супутніх галузей виробництва в нашій країні значно відстає від потенційних можливостей, які забезпечені унікальними для кожної місцини рекреаційними ресурсами, національними рисами та самобутністю, значним культурно-історичним потенціалом України. Ефективна реалізація такого потужного складника можлива за сучасних умов шляхом розв'язання низки проблем, пов'язаної із запровадженням інноваційної моделі розвитку туризму. Вчені та економісти вважають, що залучення інновацій у практику створення туристичного продукту та інфраструктуру туристичної індустрії сприятиме також територіальному розвитку господарства країни. Наявні сьогодні у світовій економічній науці численні підходи теоретичного та методологічного характеру до даної проблеми вибудовані на західному досвіді й не враховують трансформаційні процеси українського соціально-економічного та правового буття. Реалії сучасного економічного життя країни засвідчують необхідність уведення модифікованих під вітчизняний малий та середній бізнес інноваційних програм та проектів у сфері індустрії туризму та гостинності.

Між тим процес модернізації української економіки шляхом запровадження інноваційної моделі розвитку значною мірою визначається можливостями економічних суб'єктів господарської діяльності до використання та генерації нових знань й інформації, що є результатом інтелектуальної праці і в контексті публікації трактується як інтелектуальний капітал. За прогнозами аналітиків та економістів, зберігатиметься чітка тенденція формування вартості підприємств не фізичною працею людей, а інтелектуальною. Сучасний процес інтелектуалізації розглядається з економічних, соціальних, управлінських, правових та інших підходів, проте проблема оцінки та контролю реальної вартості інтелектуального капіталу залишається актуальною на рівні підприємств. Аналіз стану інтелектуального капіталу і його структурних складників також забезпечить більш ефективне управління як матеріальними, так і невидимими (intangible resources) ресурсами на мікрорівні в галузі вітчизняного туризму та індустрії гостинності. Отже, у інноваційно-орієнтованих підприємств виникає потреба у підвищенні ефективності управління на основі розроблення нових моделей вартісної оцінки інтелектуального капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язанняданої проблеми і на які спирається автор. Питанням управління людським капіталом, а також теорії інформації та інтелектуального капіталу присвячено праці Г. Беккера, Я. Менцера, Ф. Херцберга, Д. Мак-Грегора, К. Легге, К. Хендрі, Д. Перселла, К. Сіссона, Д. Сторі, У. Оучи, Х. Йосихара, К. Мацусита, К. Свейбі, Д. Белла, Р.С. Каплана та Р.С. Нортона, Ф. Грахама, Р.Х. Коуза, Т. Коупленда, Т. Стюарта, П. Друкера, Д. Аакера, І. Хіроякі, І. Нонака, Х. Такеучі, Е. Брукінґа, Й. Варшата, К. Ваґнера, І. Гаусса, Д. Добії, М. Мак-Ілрей, О. Бутнік-Сіверського, С. Касєвіча, В. Роговского та М. Кісіньскої, А. Уйвари-Ґіль, С. Ілляшенка, О.В. Кендюхова, Б.Б. Леонтьєва, В.Л. Іноземцева, В. Геєця, О.М. Собко та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котримприсвячується означена стаття. Між тим досягнутий високий ступінь теоретичного пізнання сутності інтелектуального капіталу не може бути визнаним як достатній для проблем розвитку вітчизняної галузі туризму та індустрії гостинності, розвитку малого підприємництва даної сфери обслуговування господарства країни. Існує потреба у вивченні основних підходів до формування та реалізації стратегії роботи з клієнтами туристичної сфери та індустрії гостинності, у розробленні інноваційних клієнтцентрованих функцій туристичної фірм для підвищення їх конкурентоздатності на вітчизняному та міжнародному туристичному ринках. Таким чином, дослідження складників клієнтського капіталу та методології його оцінки є актуальною проблемою, яка має теоретичне та практичне значення.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою дослідження є аналіз наявних теоретичних та методологічних концепцій оцінки інтелектуального капіталу підприємства, який дасть змогу сформувати комплекс положень з удосконалення клієнтського капіталу підприємств сфери послуг за інноваційної моделі розвитку економіки України.

Ступінь розробленості проблеми характеризується внеском значної групи економістів та дослідників із питань вивчення інтелектуального капіталу підприємств, якими розроблені теорія та категоріальна база інтелектуального капіталу, оформлена його структура, з'ясована роль окремих його складників. Наявні наукові розробки слугують теоретичною базою даного дослідження, яке має на меті з'ясувати сутність клієнтського капіталу підприємств сфери туризму та індустрії гостинності як акумулятора багатопрофільної інформації. Таким чином, визначено завдання дослідження: уточнити поняття клієнтського капіталу як складника інтелектуального капіталу підприємства згідно з аналізом наявних концепцій та методик оцінки інтелектуального капіталу підприємства; визначити та систематизувати основні складники поняття клієнтського (маркетингового) капіталу у структурі інтелектуального капіталу підприємства. Проведення декомпозиційного аналізу інтелектуального капіталу підприємства має на меті забезпечити використання поняття «клієнтський капітал» суб'єктами господарської діяльності в оцінці підприємств сфери туризму та індустрії гостинності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Ураховуючи, що головні переваги інноваційного менеджменту у сфері туризму та індустрії гостинності полягають у можливості концентрації уваги на клієнті та постійному розширенні своєї діяльності фірмами, компаніями та підприємствами шляхом налагодження виробництва нових сервісних послуг у даному секторі економіки країни, означені дослідження актуалізують розроблення методології оцінки клієнтського капіталу з урахуванням можливостей самих працівників та внутрішніх потреб підприємства.

Як зазначають економісти, поштовхом для виділення клієнтського капіталу як такого можна вважати означення вартості бренду як важливого складника нематеріальних активів, що дало змогу ідентифікувати одне з найважливіших джерел цінності таких активів – відношення клієнтів до фірми [8]. Розглядаючи нематеріальні форми майна з позицій вагомого потенціалу створення багатства, Уенді Буковіч та Руф Вільямс у структурі інтелектуального капіталу підприємства виділяють клієнтський капітал як такий, що характеризується тісними зв'язками з клієнтами [7, с. 59].

В.В. Єрмоленко та Є.Д. Попов розуміють під клієнтським капіталом систему капітальних, надійних довготривалих довірливих та взаємовигідних відносин корпорації зі своїми клієнтами, покупцями [4]. А.Л. Гапоненко та Т.М. Орлова розглядають клієнтський (споживчий) капітал як складову частину інтелектуального капіталу підприємства та досліджують проблеми маркетингу клієнтського капіталу [3, с. 49, 113]. До споживчого (клієнтського) капіталу відносять активи, які формуються із зв'язків та стійких відносин із клієнтами та споживачами; вважаючи, що метою формування клієнтського капіталу є створення такої структури, яка б давала змогу споживачу продуктивно спілкуватися з персоналом компанії.

За визначенням Г.Є. Фертік, до клієнтського капіталу належать бренди, фірмові найменування, ділова репутація, наявність постійних клієнтів, тобто сфера, яка охоплює відношення до моменту купівлі товару чи послуг і може бути визначена як маркетинговий капітал. Також дослідниця дає визначення клієнтській базі, яка являє собою сукупність осіб, з якими у підприємства налагоджені безпосередні контакти зі зворотними зв'язками та позитивними діловими стосунками [8]. М.А. Бендиков та Е.В. Джамай уважають, що збільшенню нематеріальних активів підприємства сприяють довіра та «тяжіння (інтерес) до компанії клієнтів», і серед показників, які характеризують професійний рівень кадрового складу фірми, пропонують ураховувати здібності співробітників, які безпосередньо працюють із клієнтами [1].

Можна вважати, що вперше виділення клієнтського складника як структурного елемента інтелектуального капіталу підприємства відбулося саме у сфері послуг. Так, Г. Сент-Онджа у своїй роботі на початку 90-х років XX ст. включає клієнтський капітал фінансових установ до складу інтелектуального капіталу і належить до представників так званої концепції «платформи вартості» (Value Platform). На думку прихильників концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу підприємства Л. Едвінсона та М. Мелоуні, реальну ринкову вартість підприємства формує, серед іншого, структурний елемент інтелектуального капіталу, домінантами якого є клієнтський та організаційний капітал. Складниками клієнтського капіталу виступають періоди контакту з клієнтами, вразливість клієнтів на ціни, лояльність клієнтів до підприємства, фінансовий стан постійних клієнтів та рівень довіри клієнтів. Згідно з моделлю інтелектуального капіталу ще одного представника «платформи вартості» Гордона Петраша, серед трьох складників інтелектуального капіталу також виокремлюється клієнтський капітал підприємства [7; 10; 11]. Таким чином, доктор О.М. Собко приходить до висновку, що «трансформації моделей інтелектуального капіталу підприємства у межах концепції «платформи вартості» (Value Platform) базуються на виділенні трьох основних компонентів інтелектуального капіталу: людському капіталі, який формується і розвивається на знаннях, уміннях, здібностях та досвіді кожного працівника підприємства; організаційному капіталі, що відображає необхідність реагувати на вимоги ринку та вміщує знання підприємства, представлені у вигляді інтелектуальної власності підприємства, бази даних, управління, технічної інфраструктури, організаційної культури; клієнтському капіталі, який відображає зв’язки підприємства з оточенням (стратегічними партнерами, постачальниками, іншими контрагентами, обумовленими у контрактах і договорах). Безумовно, найважливіше значення у моделі має людський капітал, що впливає на формування організаційного капіталу, а спільно вони ґенерують клієнтський капітал. Отож, лише завдяки наявності інтерактивних зв’язків між усіма складовими елементами інтелектуального капіталу створюється нова вартість” [7]. Проте, можливості перетворення інтелектуального капіталу у вартість, незважаючи на безпосередню залежність між зростанням вартості та силою взаємозв’язків, визначаються також станом усіх структурних елементів інтелектуального капіталу. Так, якщо стан людського капіталу є незадовільним, наприклад працівники не володіють іноземними мовами, то це обмежує можливості повного отримання інформації про ринки, що впливає на розвиток організаційного капіталу, а також обмежує вектори зовнішньоекономічної діяльності підприємства, можливості нарощення експортного потенціалу, виходу на міжнародний ринок, а це створює певні загрози в умовах економічної глобалізації, знижує адаптаційні здатності суб’єкта господарювання і негативно впливає на стан клієнтського капіталу [7].

Таким чином, концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу сприяли розвитку методологічних домінант вимірювання й оцінки клієнтського капіталу, розгляду його як рівноцінного іншим типам капіталу, а також важливості зв'язку клієнтського капіталу з іншими структуротворчими елементами інтелектуального капіталу підприємства.

Серед провідних економічних розробок із проблеми класифікації інтелектуального капіталу найбільший інтерес для нас становлять схеми та приклади маркетингового підходу. Економісти, котрі дотримуються даної концепції, серед типів інтелектуального капіталу обов’язково виокремлюють активи клієнтського капіталу, оскільки задоволення потреб клієнта в умовах соціально орієнтованої ринкової економіки є основною метою діяльності суб’єктів господарювання.

У рамках маркетингової концепції присвячено праці вчених С. Джілдін та Р. Пайк (1990 р.), які віднесли до групи «маркетинговових активів» інтелектуальних цінностей товарні та фір-

мові знаки, логотип та репутацію фірми, інформаційні системи, які забезпечують серед інших груп «креаторів вартості» стратегічні конкурентні переваги підприємства [7]. Розробником маркетингової концепції інтелектуального капіталу вважають і Б.Б. Леонтьєва, у працях якого обґрунтовується важливість клієнтського (ринкового) капіталу, до якого віднесено: фірмове найменування, бренд, ділову репутацію [6]. За В.В. Єрмоленко та Є.Д. Поповим клієнтський капітал включає бренди, фірмове найменування, канали збуту, ліцензійні та інші договори, наявність своїх людей (insiders) в організаціях-партнерах/клієнтах, наявність постійних покупців, повторні контракти з клієнтами [4].

Серед представників вітчизняної наукової школи маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства варто згадати праці О.Б. Бутнік-Сіверського (виокремлює серед людського та структурного, клієнтський капітал, 2002 р.) та О.В. Кендюхова (серед п’яти груп інтелектуального капіталу типологізованих за функціональним змістом також окремо виділяє клієнтський капітал, 2008 р.) [2; 5]. Останній, глибоко аналізуючи та досліджуючи місце, роль, значення й оцінки марочного капіталу, фактично доповнює структуру інтелектуального капіталу підприємства клієнтцентрованим елементом нематеріальних активів суб'єктів господарської діяльності [5].

Як відомо, наявні сьогодні збутові технології не здатні забезпечити високий ступінь лояльності чи прихильності клієнта до певного виду продукту, особливо у сфері послуг. Збутові інновації у межах недиференційованого маркетингу (так званий «зверхмасовий маркетинг») виявилися успішними лише в індустріальному продуктовому секторі. Така ситуація зумовила пошук клієнторієнтованих маркетингових технологій, які б забезпечили низку специфічних вимог взаємодії з клієнтом (економічної комфортності, позитивний емоційний аспект спілкування тощо). Для оцінки успішності функціонування підприємства Джон Кей (1996 р.) обґрунтовує поняття капіталу відносин (Relational Capital) під час побудови «архітектури» сучасного підприємства та пропонує замінити таким поняття клієнтського капіталу [13].

Серед запропонованих у 1997 р. Датською радою розвитку торгівлі і промисловості 22-х показників інтелектуального капіталу, які розподілялися серед чотирьох основних груп, була виділена група клієнтського капіталу, яка відображала частку на ринку, рівень обслуговування клієнтів, маркетинг, співвідношення клієнтів і працівників, задоволеність клієнтів та рівень оборотів, отриманих із постійними клієнтами. Згідно з проведеним дослідженням Лін Лім та Пітера Деллімора за 120 показниками, які групувалися або до капіталів управління знаннями, або ж до капіталів маркетингу знань, до складу останнього вимірника було включено показники клієнтського капіталу. Як зазначає О.М. Собко у своїй ґрунтовній монографії, здійснена оцінка важливості кожного зі 120 показників засвідчила високий рівень придатності семи показників саме для сектора клієнтського капіталу [7].

Згідно з методикою К. Стандфєльда «Визначення ринкової вартості інвесторами», оцінка інтелектуального капіталу підприємства також включає клієнтський капітал. К. Свейбі, розробивши розгорнуту структуру інтелектуального капіталу, виділив зовнішню структуру підприємства, яку наповнив такими складниками: зв'язки з клієнтами та постачальниками, торгова марка, імідж фірми [7; 17]. Том Стюарт серед трьох складників інтелектуального капіталу виділяє клієнтський (споживчий) капітал, до складу якого відносить інформацію про споживачів та постачальників, та вважає, що саме ці чинники суттєво впливають на функціонування підприємства [16]. За класифікацією Е. Брукінга, елементи клієнтського капіталу, наприклад марка товару, прихильність клієнтів, корпоративне ім’я, портфель замовлень, належать до ринкових активів інтелектуального капіталу підприємства [7].

Модель інтелектуального капіталу підприємства Дороти Добії включає п’ять складників, серед них є й клієнтський капітал, який ґрунтується на рекламі, довірі клієнтів та постійному пошуку нових контрагентів [7].

Так, у моделі інтелектуального капіталу підприємства представника північноамериканської економічної школи Ніка Бонтіса (2002–2006 рр.), яка вміщує людський капітал (Human Capital), що виступає джерелом інновацій; структурний капітал (Structural Capital), що характеризує внутрішнє середовище підприємства, виділено капітал відносин (Relational Capital) – знання, які сприяють розвитку комунікаційних здібностей, ринкові зв’язки, зв’язки з клієнтами, постачальниками, канали дистрибуції, технологічні мережі, доступні в оточенні), включаючи й комплементарні активи [18].

Заслуговує на увагу також модель інтелектуального капіталу Марка Мак-Ілрея та колег. Дослідники вказують на сучасну роль соціального капіталу: «We suggest that differences between firms, including differences in performance, may represent differences in their ability to create and exploit social capital [or knowledge, in our terms]. Moreover, at least regarding the development of intellectual capital, those firms developing particular configurations of social capital are likely to be more successful» та вводиться поняття інноваційного соціального капіталу social innovation capital, яке, на думку самого дослідника, є рівноцінним до knowledge creation (Nonaka and Takeuchi, 1995; Jorna, 2006). Інтерсоціальний капітал формується клієнтським та партнерським капіталами в загальній структурі соціального складника інтелектуального капіталу підприємства [15].

Таким чином, на думку деяких учених, клієнтський капітал подібний до поняття «капітал зв'язків», який формується на співпраці зі стратегічними партнерами для підвищення ринкової капіталізації суб'єктів господарської діяльності. Інші дослідники ототожнюють клієнтський капітал із ринковим, але переважно розглядають як структурний елемент інтелектуального капіталу чи його субодиниць. Можна вважати, що складниками клієнтського капіталу виступають якість, очікувана клієнтами, ступінь задоволення клієнтів, зростання продажів, частка на ринку, кількість скарг від клієнтів.

Методика Джім Чен, Жаохі Зу, Гонґ Ян Хі для оцінки інтелектуального капіталу підприємства включає аналіз клієнтського капіталу за такими групами показників:

I – маркетингові здібності: наявність та використання клієнтської бази даних, індекс здібностей обслуговування клієнтів, індекс здатності ідентифікувати потреби клієнтів;

II – ринкова інтенсивність: частка на ринку, потенціал ринку, обсяги продажу в розрізі окремого клієнта, торгова марка та репутація торгового знаку, формування дистрибуційних каналів [7].

Показники методики Лім Ліна і Пітера Даллімора для оцінки інтелектуального капіталу підприємства також окремо включали клієнтський капітал, який обраховувався за такими показниками:

- індекс довіри клієнтів;
- частка на ринку (на основі кількості клієнтів);
- дохід на клієнта;
- плинність клієнтів;
- кількість корпоративних та некорпоративних клієнтів;
- час на реалізацію одного замовлення;
- маркетингові витрати на пошук нового клієнта;
- маркетингові витрати на утримання клієнтів;
- питома вага постійних клієнтів;
- обсяг продажів на одне замовлення;
- кількість трансакцій;
- питома вага часу на обслуговування одного клієнта у загальному робочому часі [14].

B. Haanes and Lowendahl (1997 р.) також виокремлюють у своїй класифікації інтелектуального капіталу клієнтський капітал. За схемою цих економістів, у компанії матеріальні та нематеріальні (intangible resources) активи. До групи останніх відносить компетентність та ресурси взаємовідносин (relational resources), які існують на субрівнях: особистісному (знання, навички, здібності) та колективному (організаційному) (технологія, бази даних тощо). Клієнтські ресурси (External/Customer/Relational Capital) охоплюють категорії, які включають репутацію компанії, лояльність клієнтів, бренд, ділове співробітництво, канали збуту, сприятливі контракти (favourable contracts), задоволеність клієнтів, кількість скарг, сприйнята клієнтом якість (quality perceived by the customer). Також дослідники зазначають термінологічні розбіжності в наявних класифікаціях, а не змістові (the Intangible Asset Monitor, the Value Platform and the Three Categories of Knowledge have classification categories with different names but essentially the same meaning), звертаючи увагу на важливість тісної та продуктивної взаємодії між складниками інтелектуального капіталу (the people, systems and market must interact with each other) [11].

Магдалена Войцих-Юркевич для оцінки клієнтського капіталу вважає за доцільне запровадити такі показники: звіт по роботі з клієнтами та дистрибуції, лояльності та задоволення клієнтів [20].

Згідно зі звітом Intellectual Capital Statements in Firms європейських наукових досліджень, ресурси та активи фірм включають людський, структурний та капітал взаємовідносин (Relationship Capital): «Resources andactivities are categorized as Human-, Structure- and Relational Capital, being their connectivity the key element that should create value», які лише у своєму поєднанні здатні формувати вартість: «Activities are to be divided into improvement activities and monitoring activities. Therelationship between activities, resources and the Vision should be transparent», причому саме на компанію покладається відповідальність за управління інтелектуальним капіталом: «Resources andactivities are categorized as Human-, Structure- and Relational Capital, being their connectivity the key element that should create value», отже, дослідники доходять висновку, що успішними є ті новатори, які систематично і правильно вкладають у вищеозначені активи: «That successful innovators are those that systematically invest in human capital, organisational capital and relational capital and find the right connections between them» (A European Research). Також у цьому дослідженні акцентується увага на важливості поліпшення інтелектуальних активів для малих підприємств з огляду на обмеженість їх фінансового потенціалу: «This is specially critical for SMEs. Their path to innovation might be much more related to IC management (make better use of knowledge resources) than to financial expenditure (which is a limited resource in SMEs)» [11].

Доцільно згадати наукові прийоми оцінки продуктивності компаній самими клієнтами у працях J.P. Murry, J.L. Lastovicka, G. Bhalla (2001 р.), які запропонували означити їх як «клієнторієнтовані фірми». A. Rieger (2006 р.) запропонував розглядати технологію клієнторієнтованості як основний компонент маркетингу взаємовідносин певної компанії з усіма зацікавленими сторонами (клієнтами, постачальниками, дистриб'юторами тощо).

В інших проаналізованих нами класифікаціях дана складова частина інтелектуального

капіталу, як нами зазначалося раніше, відповідає зовнішньоструктурному компоненту, під яким розуміють відносини з клієнтами, споживачами, постачальниками, місцевими організаціями, включаючи бренд компанії, імідж організації та торгову марку [9; 12; 18; 19]. До показників, які оцінюють зовнішні структури підприємства, належать: склад клієнтів, способи взаємодії з клієнтами та ступінь їх задоволення, прибуток у розрахунку на клієнта, продажі у розрахунку на клієнта, а також клієнтів, які формують імідж організації; кількість клієнтів та їх часова структура (як довго є клієнтами даної фірми), повторюваність замовлень.

Аналіз також показав, що розглянуте нами поняття клієнтського капіталу багатогранне та багатоаспектне. Ознайомлення з базовими стратегіями розвитку та моделями управління, оцінками інтелектуального капіталу підприємства розкриває не лише сутність даного виду капіталу, а і його складники у структурі інтелектуального капіталу підприємства.

Нами клієнтський капітал розглядається як капітал, що допомагає формувати економічну цінність суб'єкта господарської діяльності, але щоб він працював, потрібно ним управляти. Управління клієнтським капіталом покликане раціоналізувати використання наявних у підприємства ресурсів. За умов інноваційного менеджменту, клієнтський капітал як складник інтелектуального капіталу чинить мультиплікативний ефект по відношенню до інших активів підприємства, сприяючи підвищенню рівня комерційної ефективності підприємства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даномунапрямку. За результатами проведеного дослідження, можна зробити висновок, що велике значення серед показників оцінки інтелектуального капіталу підприємства у працях зарубіжних та вітчизняних економістів надається групі клієнтського (ринкового, реляційного) капіталу, причому важливими чинниками слугують оцінки рівня задоволеності споживачів та якості, які відповідають вимогам клієнтів. Важливість оцінки клієнтського капіталу підприємств індустрії туризму та гостинності зумовлюється прагненням забезпечити стійкий розвиток фірмам та компаніям, оскільки для суб'єктів даного сектору економіки саме клієнтська база є важливим чинником майбутнього зростання. Отже, існує потреба в дослідженнях підбору показників для діагностики стану клієнтського капіталу кожного конкретного підприємства даної сфери рекреаційних послуг, які сьогодні розглядаються нами як необхідна умова прийняття конструктивних управлінських рішень збалансованого інноваційного розвитку підприємств сфери туризму та індустрії гостинності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бендиков М.А., Джамай К.В. Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения. Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 1. С. 31–38. URL: http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtm1.
2. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект. Інтелектуальний капітал. 2002. № 1. С. 21–23.
3. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации. М.: Соц. отношения, 2003. 177 с.
4. Ермоленко В.В., Попов Е.Д. Интеллектуальный капитал корпорации: сущность, структура, стратегии развития и модель управления. Человек. Сообщество. Управление. 2012. № 2. С. 110–122.
5. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: монографія. Донецьк: ДонУЕП, 2008. 363 с.
6. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе: оценка, ориентиры, моделирование, защита прав. М.: Акционер, 2002. 196 с.
7. Собко О.М. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація –функціонування – розвиток: монографія. Тернопіль: Крок, 2014. 360 с.
8. Фертик Г.Е. Управление качеством клиентского капитала в интересах повышения конкурентоспособности компании: автореф. дис. … канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». Москва, 2008. 21 с.
9. Brennan N., Connell B. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications. Journal of Intellectual Capital. 2000. Vol. 1. № 3. P. 225–233.
10. Edvinsson L., Malone M. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie; Przekład Monika Marcinkowska. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2001. S. 107 (Seria Przedsiębiorczość).
11. European Research Arena on Intangibles. Report of Work Package 2. Intellectual Capital Statements in Firms. Reference period: from July 1, 2002 to September 31, 2003.
12. Gu F. Intangible Assets: Measurement, Drivers, Usefulness / Feng Gu, Baruch Lev. Boston: Published by Boston University School of Management Accounting, 2003. 52 p.
13. Kay J. Podstawy sukcesy firmy; przekład Andrzej Ehrlich. Warszawa: Polskie Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. S. 99–25.

14. Lim L.L.K., Dallimore P. Intellectual Capital: МІнвестиційні витрати на навчання.anagement Attitudes in Service Industries. Journal of Intellectual Capital. 2004. Vol. 5. № 1. P. 181–194.
15. Mark W. McElroy, René J. Jorna, Jo van Engelen Rethinking Social Capital Theory – A Knowledge Management Perspective.
16. Steward T.A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. New-York: Doudleday&Currency, 1997. P. 67.
17. Sveiby K.-E. Metods for Measuring Intangibles Assets. URL: http://www.sveiby.com/articles/ IntangileMetods.htm.
18. The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge / [ed. by Chun Wei Choo, Nick Bontis] / [Nick Bontis Managing Organizational Knowledge by Diagnosing Intellectual Capital: Framing and Advancing the State of the Field. 2002. P. 621–642. [7 Section]. Oxford: Univ. Press, 2002. 748 p.
19. Samul J. Kapitał intelektualny w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa – teoria a praktyka; Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Katedra Organizacji i Zarządzania. DOI: 10.12846/j.em.2013.02.14. URL: http://www.sveiby.com/articles/ IntangileMetods.htm.
20. Wojcik-Jurkiewicz M. Kapitał intelektualny w teorii i praktyce rachunkowości. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. 2011. № 41. P. 321–329.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК: 334.012.23.001.8:331.52

ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНОГО ІНДЕКСУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ASSESSMENT OF REGIONAL INDEX OF HUMAN DEVELOPMENT IN MYKOLAIV REGION

Котикова О.І.
доктор економічних наук, професор,
завідуюча кафедрою економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет

Бабич М.М.
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет

Брик С.В.
магістрант,
Миколаївський національний аграрний університет

У статті проаналізовано 33 індикатори регіонального індексу людського розвитку за 6 блоками, такими як відтворення населення; соціальне становище; комфортне життя; добробут; гідна праця; освіта. Аналіз індикаторів здійснено у динаміці та за рейтинговим місцем. За результатами дослідження встановлено актуальні проблеми у кожному з визначених блоків за частковими індикаторами.

Ключові слова: *індекс людського розвитку, відтворення населення; соціальне становище; комфортне життя; добробут; гідна праця; освіта.*

В статье проанализированы 33 индикатора регионального индекса человеческого развития по 6 блокам, таким как воспроизводство населения; социальное положение; комфортная жизнь; благосостояние; достойный труд; образование. Анализ индикаторов осуществляется в динамике и по рейтинговому месту. В результате исследования определены актуальные проблемы в каждом из блоков по частным индикаторам.

Ключевые слова: *индекс человеческого развития, воспроизводство населения; социальное положение; комфортная жизнь; благосостояние; достойный труд; образование.*

The article analyzes 33 indicators of the regional index of human development in 6 blocks: reproduction of the population; social status; comfortable life; welfare; decent work; education. The analysis of indicators is carried out in dynamics and in a ranking place. According to the results of the study, actual problems in each of the identified blocks by partial indicators were identified.

Key words: *human development index, reproduction of population; social status; comfortable life; welfare; decent work; education.*

Постановка проблеми. Стратегічна мета інтеграції України до складу європейського співтовариства вимагає здійснення низки заходів, спрямованих на удосконалення захисту прав і свобод людини, демократизацію всіх складників суспільного життя, економічне зростання та забезпечення механізмів і умов для створення матеріального та духовного добробуту населення. Найважливішим аспектом цієї проблеми, віддзеркаленням місця людини в системі державної політики є насамперед досягнення країною відповідних стандартів як в економічній та соціальній сфері, так і в можливості розвитку особистості, тобто людського потенціалу. Людський потенціал є найважливішим чинником реформування держави і суспільства, що

прагнуть включитися у світові потоки сучасних технологічних, інфраструктурних, інституціональних, соціально-гуманітарних та інших перетворень [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальний підхід до людського розвитку був розроблений групою експертів Програми розвитку ООН, і починаючи з 1990 року щорічно готується глобальна Доповідь про людський розвиток. Розрахунки ІЛР для України були вперше включені у Звіт ПРООН з людського розвитку у 1993 році. На тому етапі Україна посідала 45-те місце і була віднесена ПРООН до країн із високим рівнем людського розвитку. До 2012 року здійснювалися розрахунки за Методикою, яка була розроблена Держкомстатом разом із Інститутом демографії та соціальних досліджень НАН України і яка була адаптована до національних умов, передусім до національної статистичної бази. Цю методику було затверджено Спільною Постановою Колегії Держкомстату України та Президії НАН України (від 05.04.2001 р. та 14.03.2001 р. № 182/76), згідно з якою у практику роботи органів державної статистики були запроваджені щорічні розрахунки інтегральних показників, починаючи з даних за 1999 рік. Використання запропонованої методики забезпечувало обґрунтованість порівнянь соціально-економічного розвитку окремих регіонів країни, наукове забезпечення систематичних розрахунків індексів людського розвитку регіонів України, визначення кожного регіону на універсальній шкалі, яка дає змогу виконувати методологічно коректні зіставлення як за інтегральним індексом, так і за кожним із 9 індексів окремих аспектів людського розвитку; додаткові відомості дає аналіз окремих базових показників. Кожному з аспектів людського розвитку відповідав окремий блок показників, що формують систему індикаторів людського розвитку регіонів. Схема побудови інтегрального індексу людського розвитку передбачала 3-етапний процес відповідно до 3-рівневої ієрархічної системи показників. На відміну від міжнародної методології розрахунку ІЛР, вітчизняна методика передбачала проміжний етап – побудову узагальнюючих індикаторів, що характеризують кожен із аспектів людського розвитку. Це дає змогу уникнути надмірного інформативного обтяження основного показника за забезпечення досить комплексного підходу до характеристики регіональних особливостей людського розвитку та мінімізації впливу випадкових обставин [1].

Питання людського розвитку та його окремі аспекти є предметом досліджень багатьох наукових дослідників. Вітчизняними ученими, які різнобічно досліджують зазначене питання як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях, є О.В. Ковтун [2], А.Г. Кондиріна [3], Н.В. Кузьминчук та О.Г. Зима [4], В. Мороз [5], М.І. Нагірняк та У.І. Швед [6], А.В. Переверзєва [7], В.І. Саричев та Г.Ю. Єлісєєва [8] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Зважаючи на доволі широке коло дослідників, які вивчають питання людського розвитку на національному та регіональному рівні, слід відзначити, що ця проблема є актуальною.

Водночас результати дослідження проблем розвитку людського потенціалу в контексті розвитку науково-методичної бази вимірювання його кількісних і якісних характеристик не можуть бути остаточними та такими, що однозначно визначають стан і рівень розвитку його складових елементів [5].

Постановка завдання. Мета статті – встановити рейтингове місце Миколаївської області серед регіонів України за показником регіонального індексу людського розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рішенням Президії НАН України та колегії Державної служби статистики України від 13.06.2012 № 123-м було затверджено нову Методику вимірювання регіонального людського розвитку. До розрахунку регіонального індексу людського розвитку включено 33 показники, об'єднані у 6 блоків відповідно до основних аспектів людського розвитку, таких як відтворення населення; соціальне становище; комфортне життя; добробут; гідна праця; освіта [1].

Блок 1. Відтворення населення:

1. Сумарний коефіцієнт народжуваності. Характеризує середнє число дітей, яких народжує одна жінка за увесь дітородний період, як найбільш коректний індикатор рівня дітородної активності та процесу заміщення поколінь в країні (для простого відтворення населення одна жінка повинна народжувати в середньому 2,10–2,15 дитини).

2. Дитяча смертність (смертність дітей у віці до 5 років), %. Характеризує рівень дитячої смертності та вимірюється імовірністю померти до досягнення 5 років, є загальновизнаним і доволі чутливим показником впливів медико-демографічного і соціального благополуччя в країні.

3. Середня очікувана тривалість життя при народженні, років. Інтегральний і найбільш вживаний як результативний індикатор стану здоров'я, умов життя та праці населення; показує число років, які проживе новонароджений/а за умови, якщо протягом його/її життя у кожній віковій групі інтенсивність смертності залишатиметься такою ж, як у рік народження.

4. Ймовірність чоловіків дожити від 20 до 65 років.

5. Ймовірність жінок дожити від 20 до 65 років. Показує ймовірність дожити до 65 років для 20-річної особи, тобто імовірність для неї повністю прожити цей (трудоактивний) період життя; залежить від широкого кола факторів, серед яких провідними є фактори способу життя та умов життя і праці, і характеризує загальну

ситуацію із життєзбереженням поколінь людей у найбільш продуктивному віці. В Україні існують значні відмінності щодо передчасної смертності за статтю.

Блок 2. Соціальне становище:

1. Коефіцієнт злочинності (кількість зареєстрованих злочинів на 100 тис. населення). Характеризує загальну криміногенну ситуацію.

2. Кількість хворих із вперше встановленим діагнозом активного туберкульозу (на 100 тис. населення). Характеризує інтенсивність розгортання епідемії туберкульозу та ефективність протидії її розповсюдженню.

3. Кількість хворих із вперше встановленим діагнозом алкоголізму і алкогольних психозів, розладу психіки та поведінки внаслідок вживання наркотиків та інших психоактивних речовин (на 100 тис. населення). Характеризує інтенсивність розповсюдженості захворюваності, зумовленої вживанням психоактивних речовин (до яких належить і алкоголь). Враховуючи руйнівний вплив психоактивних речовин на стан психіки людини, слугує також однією із загальних характеристик психічного стану населення.

4. Кількість дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування (на 100 тис. дітей у віці 0–17 років). Характеризує поширеність соціального сирітства та, певною мірою, ефективність дії соціальних програм щодо його зменшення.

5. Коефіцієнт підліткової народжуваності (кількість дітей, народжених дівчатами у віці 15–17 років, на 10 тис. дівчат відповідного віку). Характеризує рівень підліткової народжуваності, яка становить певні загрози здоров'ю дитини та матері, приводить до проблем (затримки) соціальної адаптації дівчат і догляду та виховання дітей. Є наслідком незастосування методів контрацепції, що збільшує ризик захворювань, спричинених інфекціями, що передаються статевим шляхом.

6. Кількість померлих від навмисного самоушкодження (на 100 тис. населення). Характеризує психічне здоров'я населення.

Блок 3. Комфортне життя:

1. Забезпеченість житлом у міських поселеннях (загальна площа на 1 особу), кв. м. Характеризує комфортність проживання в аспекті забезпеченості житловою площею. Враховуючи складність з забезпеченістю житлом саме у містах, для вимірювання людського розвитку взятий показник, розрахований по міських поселеннях.

2. Питома вага квартир (одноквартирних будинків), обладнаних централізованою каналізацією та водовідведенням у сільській місцевості, %.

3. Питома вага квартир (одноквартирних будинків), обладнаних централізованим газопостачанням або підлоговою електроплитою у сільській місцевості, %. Характеризують комфортність проживання в аспекті обладнання квартир базовими зручностями. Враховуючи, що більшість житла у містах обладнано цими зручностями, для вимірювання людського розвитку використовуються показники по сільській місцевості.

4. Інтегральній показник стану навколишнього середовища. Характеризує комфортність проживання стосовно стану навколишнього природного середовища; являє інтегровану оцінку показників стану земельних ресурсів, водних ресурсів та атмосферного повітря.

5. Планова ємність амбулаторно-поліклінічних закладів (на 10 тис. населення). Планова ємність амбулаторно-поліклінічних закладів характеризується числом відвідувань у зміну лікарських закладів (поліклініки, амбулаторії, диспансери, поліклінічні відділення лікарняних закладів, лікарські пункти охорони здоров'я тощо), що надають відповідну медичну допомогу населенню; характеризує доступність до медичних послуг.

6. Обсяг реалізованих населенню послуг (на 1 особу), грн. Показує обсяги спожитих населенням соціальних і соціально-побутових послуг (за винятком торгівлі та ресторанного господарства). Певною мірою характеризує як доступність послуг, так і можливість населення скористатись ними.

Блок 4. Добробут:

1. Рівень бідності за відносним критерієм (питома вага населення, чиї еквівалентні сукупні витрати не перевищують 75 % медіанного рівня), %. Характеризує рівень бідності населення. Особливістю є те, що розрахунки сукупних витрат здійснюються на одного умовного дорослого виходячи з шкали еквівалентності: 1,0 (перший дорослий) : 0,7 (інші дорослі) : 0,7 (діти); при цьому бідними вважаються ті, чиї еквівалентні сукупні витрати не перевищують 75% медіанного рівня таких витрат.

2. Питома вага домогосподарств, які робили заощадження або купували нерухомість, %. Характеризує рівень добробуту населення, тому що робити заощадження або купувати нерухомість можуть собі дозволити члени домогосподарств, які задовольнили свої базові потреби щодо харчування, забезпечення умов проживання тощо.

3. Кількість мінімальних продуктових кошиків, які можна придбати на середньодушовий дохід. Характеристика рівня добробуту щодо можливості забезпечення продовольчими товарами. Особливостями розрахунку цього показника є: розрахунок складу мінімального продуктового кошику (у кг) в середньому по Україні, виходячи з кількості продуктів харчування, що споживаються 30% найбіднішого населення; використання регіональних цін на продукти харчування.

4. Валовий регіональний продукт (на 1 особу), тис. грн. Характеризує кінцевий результат виробничої діяльності економічних одиниць-

резидентів у сфері матеріального і нематеріального виробництва; є одним з найважливіших показників розвитку економіки регіону і, відповідно. підґрунтя добробуту населення.

5. Питома вага домогосподарств, які мають усі товари тривалого користування базового набору (телевізор, холодильник, пральна машина), %. Показує питому вагу домогосподарств, які досягли рівня комфортності життя (в частині побуту), що склався в Україні.

Блок 5. Гідна праця:

1. Рівень зайнятості населення (частка зайнятих серед населення 18–65 років), %. Характеризує рівень доступу населення до даної форми самореалізації та доходу в регіоні. Для працездатного населення працездатного віку є найбільш прийнятним способом включення у економічно-суспільні відносини.

2. Рівень безробіття (частка безробітних серед населення 18–65 років), %. Характеризує можливості задоволення пропозиції робочої сили, вказує на рівень реалізації трудового потенціалу та ступень проблематичності включення до відносин зайнятості; розраховується як відношення кількості безробітних до економічно активного населення (робочої сили) відповідного віку.

3. Частка працівників, які отримують зарплату менше 1,5 прожиткових мінімумів, %. Показує відсоток працівників підприємств, установ та організацій, заробітну плату яких з урахуванням кількості членів домогосподарств можна вважати недостатньою для простого фізичного відтворення. Поширеність подібних умов праці в регіоні вказує на глибину проблем економічного забезпечення людського розвитку.

4. Частка працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, %. Характеризує стан безпеки, гігієни та сприятливих умов праці працівників підприємств, установ та організацій, які безпосередньо впливають на можливості самореалізації людини та збереження її здоров'я; розраховується на підставі атестації робочих місць відповідно до стану санітарно-гігієнічних умов здійснення трудових функцій.

5. Співвідношення середньої та мінімальної заробітної плати, одиниць. Показує, у скільки разів регіональна середньомісячна заробітна плата перевищує мінімальну і, таким чином, характеризує відносний рівень стимулюючої і відтворювальної функції доходів від праці в регіоні; розраховується як відношення регіональної середньомісячної заробітної плати до офіційної мінімальної.

6. Рівень охоплення соціальним страхуванням (частка застрахованих осіб у зайнятому населенні), %. Характеризує як рівень охоплення соціальним захистом працюючого населення регіону, так і рівень публічності та юридичної захищеності зайнятості; розраховується як частка працівників підприємств, установ та організацій, а також фізичних осіб, які сплачують внески у фонди державного страхування до всього зайнятого населення.

Блок 6. Освіта:

1. Чистий показник охоплення дошкільними навчальними закладами дітей віком 3–5 років, %. Характеризує рівень соціалізації дошкільнят, що сприяє їх фізичному та психічному розвитку, надає досвід спілкування, забезпечує вироблення умінь, навичок, необхідних для подальшого навчання; розраховується як відношення чисельності вихованців дошкільних навчальних закладів віком від 3 до 6 років до загальної чисельності дітей цього віку.

2. Охоплення загальною середньою освітою дітей шкільного віку (6–18 років), %. Показує рівень виконання державою гарантії на отримання дітьми повної середньої освіти, характеризує загальний розвиток дітей, їх здатність до професійного самовизначення та подальшого розвитку; розраховується як відношення кількості дітей віком від 6 до 19 років, які станом на 1 вересня відповідного року навчаються у ЗНЗ усіх ступенів, у ПТНЗ, на основних відділеннях ВНЗ усіх рівнів акредитації, для здобуття повної загальної середньої освіти, до загальної чисельності дітей цього віку.

3. Частка осіб із освітою не нижче рівня «базова вища» серед населення 25 років і старше, %. Характеризує рівень професійно-кваліфікаційної підготовки населення, є важливим складником людського розвитку.

4. Середня тривалість навчання осіб віком 25 років і старше, років. Найбільш узагальнена характеристика освітньої складової людського розвитку; розраховується як сума кількості років навчання (або загальна тривалість навчання впродовж життя) населення у віці від 25 років і старше у навчальних закладах, що забезпечують отримання відповідного ступеня освіти, починаючи з початкової освіти.

5. Середній бал за результатами зовнішнього незалежного оцінювання (по всіх предметах). Характеризує загальний рівень якості шкільної освіти; розраховується як середній бал по всіх предметах та всіх учасниках тестування.

«Інтегральній показник стану навколишнього середовища» (блок 3 «Комфортне життя»), розраховується за окремою методикою, розробленою ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку» НАН України. Вартісні показники «Обсяг реалізованих населенню послуг (у розрахунку на 1 особу)» (блок 3 «Комфортне життя») та «Валовий регіональний продукт (у розрахунку на 1 особу)» (блок 4 «Добробут») з метою зняття впливу інфляційного складника модифікуються у відносні шляхом ділення значення показника по регіону на середнє значення показника.

Всі інші показники використовуються без перетворень.

Загалом розрахунки РЛР здійснюються за дворівневою схемою:

1-й рівень: побудова індексів за окремими блоками показників;

2-й рівень: побудова інтегрального індексу.

Процедура розрахунку інтегрального індексу регіонального людського розвитку складається з п'яти етапів, таких як нормування показників; калібрація показників; визначення ваг показників у блоках; розрахунок індексу по кожному блоку показників; розрахунок інтегрального індексу регіонального людського розвитку.

За наведеною методикою проведемо розрахунки ЛРР у Миколаївській області. За 2013–2016 роки Миколаївська область за першим блоком показників «Відтворення населення» посідала відповідно 18, 20, 12 та 19 місця серед 22 регіонів України. Найвищий рейтинг серед регіонів по Миколаївській області у блоці «Відтворення населення» отримано за показником «1.1. Сумарний коефіцієнт народжуваності» – 13 та 14 відповідно у 2013–2014 та 2015–2016 роках дослідження, а найнижчий – за показником «1.5. Ймовірність жінок дожити від 20 до 65 років» – 21, 18, 19 та 17 відповідно у 2014, 2015, 2016 та 2017 роках. Слід також відмітити доволі високий рейтинг області у 2015 році за показником «Дитяча смертність (смертність дітей у віці до 5 років), %» (табл. 1).

За другим блоком показників «Соціальне середовище» у 2013–2016 роках Миколаївська область посідала відповідно 20, 21, 21 та 20 місця серед 22 регіонів України (табл. 2).

Найвищий рейтинг серед регіонів по Миколаївській області у блоці «Соціальне середовище» отримано за показником «2.1. Коефіцієнт злочинності (кількість зареєстрованих злочинів на 100 тис. населення)» – 14 та 11 у 2013 та 2016 роках дослідження. Найнижчий рейтинг – 21, передостаннє місце – встановлено за показниками «2.4. Кількість дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування (на 100 тис. дітей у віці 0–17 років)», усі роки дослідження; «Кількість хворих із вперше встановленим діагнозом алкоголізму і алкогольних психозів, розладу психіки та поведінки внаслідок вживання наркотиків та інших психоактивних речовин (на 100 тис. населення)» – у 2013 році та Коефіцієнт підліткової народжуваності (кількість дітей, народжених дівчатами у віці 15–17 років, на 10 тис. дівчат відповідного віку) – 2013–2014 роках.

За третім блоком показників «Комфортне життя» у 2013–2014 та 2015–2016 роках Миколаївська область посідала відповідно 11 та 12 місця серед 22 регіонів України (табл. 3).

Найвищий рейтинг серед регіонів по Миколаївській області у блоці «Комфортне життя» отримано за показником «3.3. Питома вага квартир

Таблиця 1

Блок 1 «Відтворення населення»: зважені калібровані стандартизовані значення показників, їх ранги та РІЛР по блоку

Рік	1.1		1.2		1.3		1.4		1.5		по блоку	
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	сума	ранг
2013	0,0976	13	0,1317	14	0,1940	19	0,1423	18	0,1090	21	0,6745	18
2014	0,0983	13	0,1237	16	0,1950	20	0,1430	18	0,1105	18	0,6705	20
2015	0,0937	15	0,1524	5	0,1938	16	0,1430	16	0,1091	19	0,6920	12
2016	0,0936	15	0,1206	16	0,1938	16	0,1445	16	0,1104	17	0,6629	19

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Таблиця 2

Блок 2 «Соціальне середовище»: зважені калібровані стандартизовані значення показників, їх ранги та РІЛР по блоку

Рік	2.1		2.2		2.3		2.4		2.5		2.6		по блоку	
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	сума	ранг
2013	0,0890	14	0,0869	19	0,0590	21	0,0471	21	0,0235	21	0,0473	17	0,3528	20
2014	0,0825	17	0,0907	18	0,0621	20	0,0482	21	0,0231	21	0,0475	16	0,3540	21
2015	0,0751	20	0,0919	17	0,0626	20	0,0485	21	0,0273	19	0,0510	15	0,3564	21
2016	0,0981	11	0,0934	19	0,0609	20	0,0511	21	0,0258	19	0,0474	18	0,3767	20

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Таблиця 3

Блок 3 «Комфортне життя»: зважені калібровані стандартизовані значення показників, їх ранги та РІЛР по блоку

Рік	3.1		3.2		3.3		3.4		3.5		3.6		по блоку	
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	сума	ранг
2013	0,1394	15	0,1193	9	0,0943	5	0,1270	12	0,0660	11	0,0466	7	0,5926	11
2014	0,1401	16	0,1123	10	0,0973	7	0,1308	12	0,0680	13	0,0461	8	0,5945	11
2015	0,1431	14	0,1091	10	0,0970	6	0,1308	12	0,0675	13	0,0480	8	0,5955	12
2016	0,1374	19	0,1086	11	0,0984	6	0,1367	13	0,0727	10	0,0477	9	0,6016	12

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Таблиця 4

Блок 4 «Добробут»: зважені калібровані стандартизовані значення показників*, їх ранги та РІЛР по блоку

Рік	4.1		4.2		4.3		4.4		4.5		по блоку	
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	сума	ранг
2013	0,2503	3	0,0743	9	0,1795	1	0,1030	7	0,0968	3	0,7039	4
2014	0,2624	3	0,1057	4	0,1835	6	0,1082	7	0,0967	6	0,7565	4
2015	0,2548	3	0,1146	4	0,1798	5	0,1060	8	0,0940	6	0,7491	4
2016	0,2777	4	0,1346	4	0,1794	13	0,1157	7	0,0999	5	0,8073	4

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

(одноквартирних будинків), обладнаних централізованим газопостачанням або підлоговою електроплитою у сільській місцевості, %» – 5, 7 та 6 відповідно у 2013, 2014, 2015–2016 роках дослідження. Найнижчий рейтинг встановлено за показниками «3.1. Забезпеченість житлом у міських поселеннях (загальна площа на 1 особу), кв. м.» – 15, 16, 14 та 19 місця відповідно у 2013, 2014, 2015 та 2016 роках.

За четвертим блоком показників «Добробут» у 2013–2016 роках Миколаївська область посідала постійно 4 місце серед 22 регіонів України (табл. 4), і це найвищий рівень серед шести досліджуваних блоків.

Найвищий рейтинг серед регіонів по Миколаївській області, за яким регіон увійшов до трійки лідерів, у блоці «Добробут» отримано за показником «4.1. Рівень бідності за відносним критерієм (питома вага населення, еквівалентні сукупні витрати якого не перевищують 75 % медіанного рівня), %» – 3 та 4 місця у 2013–2015 та 2016 роках дослідження. Високим є також рейтинг за показником «Питома вага домогосподарств які робили заощадження, або купували нерухомість, %» – 4 місце у 2014–2016 роках. Найнижчий рейтинг у 2016 році – 13 місце – встановлено за показниками «4.3. Кількість мінімальних продуктових кошиків, які можна придбати за середньодушовий дохід».

За п'ятим блоком показників «Гідна праця» у 2013–2014 та 2015–2016 роках Миколаївська область посідала відповідно 7 та 6 місця серед 22 регіонів України (табл. 5).

Відмінністю цього блоку є той факт, що за всіма показниками відносно 2013 року у 2016 році динаміка погіршилась (за винятком показника «5.5. Співвідношення середньої заробітної плати до мінімальної, одиниць»). Разом із тим, за двома показниками «5.1. Рівень зайнятості населення (частка зайнятих серед населення 18-65 років), %» та «5.5. Співвідношення середньої заробітної плати до мінімальної, одиниць» увесь період дослідження регіон займав 4 місце серед 22 областей України. Найнижчий рейтинг у 2013 та 2014–2016 роках – відповідно 14 та 16 місце – встановлено за показником «5.6. Рівень охоплення соціальним страхуванням (частка застрахованих осіб у зайнятому населенні), %». Серед найважливіших проблем, пов’язаних із реалізацією політики доходів та витрат населення в Миколаївській області, виокремимо такі як низький рівень доходів переважної частини населення; незначна частка заробітної плати у формуванні доходів громадян; значна диференціація оплати праці за видами діяльності; велика частка споживчих витрат в загальній структурі витрат та низький рівень участі населення в інвестиційному процесі [9].

Таблиця 5

Блок 5 «Гідна праця»: зважені калібровані стандартизовані значення показників, їх ранги та РІЛР по блоку

Рік	5.1		5.2		5.3		5.4		5.5		5.6		по блоку	
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	сума	ранг
2013	0,0944	2	0,1148	8	0,1323	3	0,0854	7	0,0999	4	0,0714	14	0,5981	7
2014	0,0884	4	0,1076	9	0,1282	4	0,0812	7	0,0960	4	0,0664	16	0,5678	7
2015	0,0929	4	0,1131	9	0,1300	5	0,0904	9	0,1004	4	0,0690	16	0,5958	6
2016	0,0924	4	0,1126	9	0,1323	7	0,0899	9	0,0999	4	0,0687	16	0,5958	6

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Таблиця 6

Блок 6 «Освіта»: зважені калібровані стандартизовані значення показників, їх ранги та РІЛР по блоку

Рік	6.1		6.2		6.3		6.4		6.5		по блоку	
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	сума	ранг
2013	0,0946	6	0,2211	21	0,1718	13	0,1994	12	0,1332	22	0,8202	15
2014	0,0957	6	0,2251	21	0,2096	2	0,2082	4	0,1365	21	0,8751	2
2015	0,0968	5	0,2251	21	0,1705	14	0,2024	9	0,1363	21	0,8311	12
2016	0,0922	6	0,2232	20	0,1692	14	0,2008	9	0,1351	19	0,8205	12

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Таблиця 7

Інтегральний регіональний індекс людського розвитку Миколаївської області

Рік	Блок 1 «Відтворення населення»		Блок 2 «Соціальне середовище»		Блок 3 «Комфортне життя»		Блок 4 «Добробут»		Блок 5 «Гідна праця»		Блок 6 «Освіта»		*ІРЛР*	
	СЗК*	ранг	СЗК*	ранг	СЗК*	ранг	СЗК*	ранг	СЗК*	ранг	СЗК*	ранг	сума	ранг
2013	0,6745	18	0,3528	20	0,5926	11	0,7039	4	0,5981	7	0,8202	15	3,7421	11
2014	0,6705	20	0,3540	21	0,5945	11	0,7565	4	0,5678	7	0,8751	2	3,8185	10
2015	0,6920	12	0,3564	21	0,5955	12	0,7491	4	0,5958	6	0,8311	12	3,8199	11
2016	0,6629	19	0,3767	20	0,6016	12	0,8073	4	0,5958	6	0,8205	12	3,8647	8

* СКЗ – стандартизовані калібровані значення по відповідному блоку.

Джерело: складено за даними Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України

За шостим блоком показників «Освіта» у 2016 році Миколаївська область посіла 12 місце серед 22 регіонів України (табл. 6). При цьому у 2014 році рейтинг області становив 2 місце, що сталося завдяки високому значенню, порівняно з іншими областями, показника «6.3. Частка осіб із освітою не нижче рівня «базова вища» серед населення 25 років і старше, %». Разом із тим за двома показниками «6.2. Охоплення загальною середньою освітою дітей шкільного віку (6–18 років), %» та «6.5. Середній бал за результатами зовнішнього незалежного оцінювання (по всіх предметах)» регіон займав 21 місце, тобто друге з кінця, серед 22 областей України відповідно у 2013–2015 та 2014–2015 роках.

Таким чином, індекс людського розвитку Миколаївської області у 2016 році становив 3,8647, що забезпечило області 8 місце серед 22 регіонів України у загальному рейтингу, що порівняно з 2013 роком вище на 3 позиції (табл. 7).

У динаміці індекс людського розвитку Миколаївської області у 2016 році порівняно з 2004 роком зріс на 0,4417, а рейтинг – на 6 позицій (рис. 1).

Висновки. Високими є рейтинги області за показниками 4-го та 5-го блоків («Добробут» та «Гідна праця»), низькою є позиція області за

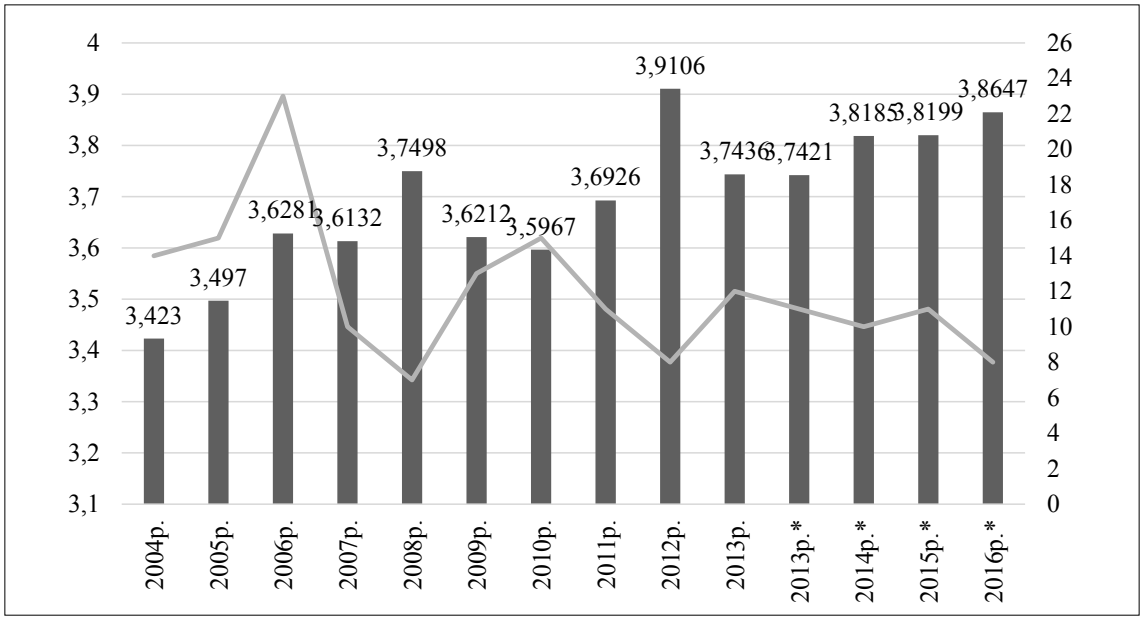


Рис. 1. Інтегральна оцінка регіонального людського розвитку Миколаївської області

* без урахування Автономної Республіки Крим, Донецької та Луганської областей

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

показниками 3-го та 6-го блоків («Комфортне життя» та «Освіта»), термінового підвищення потребують показники 1-го та 2-го блоків («Відтворення населення» та «Соціальне середовище»). Це свідчить про необхідність удосконалення державної політики соціального забезпечення у напрямі покращення показників відтворення населення та розвитку соціального середовища.

Відносно сильніші позиції Миколаївської області за показниками добробуту та праці, однак низькі загальноукраїнські показники порівняно зі стандартами ПРООН не дозволяють дійти висновків про дійсно позитивні зміни в цих сферах людського розвитку.

Забезпечення належного рівня життя населення є наслідком та визначальною передумовою економічного зростання й успішної реалізації стратегії сталого розвитку. При цьому розвиток необхідно розглядати не просто як підвищення темпів економічного зростання, а як інвестиції у людський капітал, ліквідацію бідності, вирішення екологічних проблем, надання громадянам рівних можливостей, політичних та громадянських прав, що і визначає рівень та якість життя населення. Аналіз структури ІРЛР Миколаївської області показав, що найбільш віддаленими від цільових орієнтирів «ідеального регіону» є значення блоків «Соціальне середовище» та «Відтворення населення».

Область практично є аутсайдером за трьома показниками блоку «Соціальне середовище»:

– кількість дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування (на 100 тис. дітей у віці 0–17 років) (усі роки дослідження), отже необхідно посилити роботу щодо удосконалення регіональної системи опіки та піклування;

– кількість хворих із вперше встановленим діагнозом алкоголізму і алкогольних психозів, розладу психіки та поведінки внаслідок вживання наркотиків та інших психоактивних речовин (на 100 тис. населення) (у 2013 році), тому необхідним є попередження різноманітних асоціальних проявів та пропаганда продуктивних зразків поведінки серед цільових груп населення;

– коефіцієнт підліткової народжуваності (кількість дітей, народжених дівчатами у віці 15–17 років, на 10 тис. дівчат відповідного віку) (2013–2014 роки), важливими є статеве виховання та соціально-педагогічна профілактика підліткової вагітності.

Відносно показників блоку «Відтворення населення» Миколаївська область характеризується низьким рівнем усіх показників – у рейтингу 2016 року регіон посідає 19 місце. Тому необхідною є виважена регіональна політика щодо охорони здоров'я населення та профілактики захворювань.

Найкращі результати в області забезпечує блок «Добробут», оцінка якого наближається до найвищого загальноукраїнського значення. Досягнення за блоком «Гідна праця» також характеризуються відносно високим рівнем (6 місце у рейтингу), але відзначається негативною динамікою протягом останніх років. Найкращими показниками цього блоку є високі, порівняно з іншими регіонами, рівень зайнятості населення (частка зайнятих серед населення 18–65 років) та співвідношення середньої заробітної плати до мінімальної.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методика вимірювання регіонального людського розвитку [Електронний ресурс] // Рішення Президії НАН України та колегії Держстату України. 1306. URL: https://ukrstat.org/uk/metod_polog/menu/07_posl.htm.

2. Ковтун О.В. Спрощений алгоритм розрахунку регіонального індексу розвитку людського капіталу / О.В. Ковтун // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. 2011. Вип. 19. С. 176–181.URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZnpPdatu_2011_19_44

3. Кондиріна А.Г. Прогноз індексу людського розвитку в Україні до 2015 року / А.Г. Кондиріна // Формування ринкових відносин в Україні. 2011. – № 4. С. 201–205. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2011_4_44

4. Кузьминчук Н.В. Інтегральний індикатор розвитку людського потенціалу: побудова та використання у соціально–економічному управлінні регіоном / Н.В. Кузьминчук, О.Г. Зима // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2011. Вип. 7. С. 77–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzlubp_2011_7_22

5. Мороз В. Порівняльний аналіз складових компонентів індексу розвитку людського потенціалу, визначених для України в 2009 році / В. Мороз // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2010. Вип. 2. С. 207–215. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2010_2_29

6. Нагірняк М.І. Індекс людського розвитку / М.І. Нагірняк, У.І. Швед // Магістеріум. Економічні студії. 2014. Вип. 56. С. 77–81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium_ek_2014_56_23

7. Переверзєва А.В. Удосконалення методики розрахунку індексу людського розвитку в умовах глобалізації / А.В. Переверзєва // Економіка і регіон. 2013. № 1. С. 55–60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2013_1_11

8. Саричев В.І. Індекс людського розвитку: проблеми вимірювання на національному та світовому рівнях / В.І. Саричев, Г.Ю. Єлісєєва // Бізнес Інформ. 2014. № 2. С. 220–227. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_2_40

9. Котикова О.І. Доходи населення як основний індикатор рівня життя в умовах євроінтеграції / О.І. Котикова, А.О. Краснюк, В.С. Кавецька // Економіка та держава. 2017. № 9. С. 28–33.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 330.15

СУТНІСТЬ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

ESSENCE OF NATURAL RESOURCES: POLITICAL ECONOMY ASPECT

Кислий В.М.
кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри управління,
Сумський державний університет

У статті розглянуто проблеми наукової атрибуції понять «природні ресурси» та «природні умови». Проведено критичний аналіз праць вітчизняних та зарубіжних фахівців. Розглянуто систему еколого-економічних зв'язків, що виникають у процесі природокористування. Наведене політекономічне обґрунтування сутності природних ресурсів. Запропоноване змістовне трактування поняття «природний ресурс».
Ключові слова: *природокористування, соціо-еколого-економічна система, природні ресурси, природні умови, природні зв'язки.*

В статье рассмотрены проблемы научной атрибуции понятий «природные ресурсы» и «природные условия». Проведен критический анализ работ отечественных и зарубежных специалистов. Рассмотрена система эколого-экономических связей, возникающих в процессе природопользования. Приведено политэкономическое обоснование сущности природных ресурсов. Предложено содержательное определение понятия «природный ресурс».
Ключевые слова: *природопользование, социо-эколого-экономическая система, природные ресурсы, природные условия, природные связи.*

The article deals with the problems of scientific definition of the concepts "natural resources" and "natural conditions". A critical analysis of the works of domestic and foreign specialists has been carried out. The system of ecological and economic connections that arise in the process of nature use is considered. The political economic substantiation of the essence of natural resources is introduced. The informative interpretation of the concept "natural resource" is suggested.
Key words: *nature management, socio – ecological – economic system, natural resources, natural conditions, natural connections.*

Постановка проблеми. Перехід до екологічно сталого розвитку є основною умовою розв'язання однієї з глобальних проблем сучасності – проблеми гармонізації відносин між природою і людиною. Основною характеристикою цього етапу природокористування стає перехід від охорони природного середовища до процесу постійного узгодження суспільних потреб та інтересів зі ступенем стійкості природних систем. Істотним компонентом такого процесу є формування та наукове обґрунтування комплексних програм розв'язання міжгалузевих і територіальних проблем природокористування на основі системного підходу, що дозволить визначати оптимальну організаційно-господарську структуру природокористування, інтенсивність і вид навантаження на природне середовище, обмеження і компенсуючі заходи. Роль основного регулятора в цьому разі відводиться науково обґрунтованій економічній оцінці природних ресурсів. Тим самим формування теоретичних, методологічних та науково-методичних підходів до економічної оцінки природних ресурсів стає однією з центральних проблем економіки природокористування. Розв'язуючи проблему оцінки природних ресурсів, насамперед необхідно вирішити питання про сутність таких основних понять природокористування, як «природний ресурс» і «природні умови», у зв'язку з тим,

що ці поняття в сучасній науці трактуються далеко не однозначно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам наукової атрибуції понять «природні ресурси» та «природні умови» присвячено чимало фундаментальних праць таких науковців, як Д. Арманд (1963), О. Букреев (1983), В. Варанкін (1974), І. Герасимов (1963), В. Герасимович (1988), К. Гофман (1977), Б. Данилишин (1999), С. Дорогунцов (1999), Є. Карнаухова (1977), І. Комар (1975), М. Лойтер (1974), О. Мінц (1972), В. Міщенко (1999), М. Реймерс (1994), Ю. Саушкін (1980), С. Струмілін (1963), Т. Хачатуров (1982), С. Черемушкін (1963), Ю. Шемшученко (1976) та ін. Ці праці припадають, в основному, на період 60–80-х рр. XX сторіччя, коли інтенсивно формувалася теоретична база економічної оцінки різних за якістю та кількістю природних ресурсів у зв'язку, як відзначалося в той час, з «удосконаленням економічних методів планового ведення господарства».

Сучасні дослідники широко використовують ці напрацювання, що є не зовсім правильним, адже навіть сьогодні ми можемо констатувати майже повну відсутність єдиного підходу до трактування зазначених понять, що пов'язане, на наш погляд, з недостатнім їх політекономічним обґрунтуванням.

Мета статті полягає у поглибленні теоретичних підходів до визначення структурно-логічної сутності поняття «природні ресурси» шляхом посилення політекономічних аспектів його розгляду.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній науці і практиці терміни «природні ресурси», «природні умови» відносяться до широко поширених, однак, єдиної позиції про зміст цих понять поки що немає. Нерідко ці поняття використовуються як синонім природи як такої або комплексу елементів географічної оболонки (рельєфу, клімату, ґрунтів, вод, тваринного і рослинного світу тощо). Більш-менш загальне розуміння зазначених термінів виникає лише під час розгляду відповідних елементів природи з плгляду інтересів і потреб людського суспільства. У зв'язку з цим можна відзначити, що за всіх відмінностей у трактуванні конкретного змісту понять «природні умови» і «природні ресурси» безсумнівно одне: ці категорії не природні, а суспільні, головним чином економічні. Водночас у своїй матеріальній формі вони є природними тілами, природними явищами, закономірності розвитку яких, властивості, розміщення визначаються об'єктивними законами природи. Безперечно й те, що всі елементи навколишнього природного середовища (маються на увазі істотні для практичної діяльності людини природні елементи) можуть бути поділені на дві групи: на елементи природи, які беруть безпосередню участь в матеріальному житті суспільства, і елементи природи, які беруть опосередковану участь у виробничих і невиробничих процесах. Перші зазвичай відносять до природних ресурсів, другі – до природних умов.

Однак, як уже зазначалося вище, питання про конкретний зміст понять «природні умови» та «природні ресурси» вирішується різними авторами не зовсім однозначно. Зокрема, Б. Биков, під природними ресурсами розуміє «багатства природи, що використовуються або є лише резервними» [1], Д. Арманд та І. Герасимов розглядають природні ресурси як «різноманітні засоби існування людей, які вони черпають безпосередньо з природи» [2].

В економічній літературі є визначення розглянутих понять, що базуються на використанні категорії «виробництво». Так, наприклад, І. Комар вважає, що природні ресурси – це «речовини і енергія природи, які можуть бути залучені в процес виробництва на сучасному ступені розвитку суспільства» [3]. Ю. Саушкін [4] до природних ресурсів відносить елементи природного середовища, які можуть бути безпосередньо використані як джерела енергії, продукти харчування, сировина для промисловості; інші ж природні елементи, необхідні для здійснення виробництва, віднесені ним до природних умов. Б. Данилишин, С. Дорогунцов, В. Міщенко [5] відносять до природних ресурсів лише ті речовини та сили природи, які можуть бути реально використані суспільством. Ю. Єфремов розуміє під природними ресурсами «не тільки речові запаси різних джерел енергії та сировини, але й умови середовища, в яких ми живемо, працюємо, відпочиваємо» [6].

Однак такі трактування поняття «природні ресурси» вимагають свого уточнення, тому, що подібні підходи, врешті-решт, приводять до замкнутоого кола в системі визначень, позаяк виробництво не може початися без виробничих ресурсів (в тому числі і природних), а значить, і не може бути відправною точкою для їх характеристики. При цьому слід визнати, що хоча наведені визначення неоднозначні у своєму трактуванні і не завжди відповідають вимогам повноти, їх автори бачать у ресурсах насамперед джерела конкретних матеріальних вигод. Такий погляд на природні ресурси знаходиться загалом у межах традиційних уявлень про поняття «ресурс». Зокрема, під ресурсами розуміються, як уже зазначалося вище, джерела доходів, засобів. Разом із тим використання терміна «джерело» щодо поняття «природні ресурси» уже вимагає відповідної політекономічної інтерпретації.

Тому правомірними, на наш погляд, виглядають уточнення А. Колотієвского та Є. Соловйової [7], відповідно до яких природні ресурси – це *потенційні* (виділено нами) споживні вартості. Незважаючи на уявну простоту, це твердження має важливе методичне значення. Воно може слугувати вихідним посиланням під час аналізу механізму перетворення природних об'єктів і явищ у природні ресурси. Таким чином, природні

фактори можуть і не приймати безпосередню участь у процесі виробництва, залишаючись при цьому природними ресурсами (наприклад розвідані, але такі, що не використовуються у виробництві поклади корисних копалин). Тобто процеси формування та використання природних ресурсів в системі суспільного виробництва не збігаються у часі (рис. 1).

Як відомо, будь-який виробничий процес необхідно розглядати в нерозривній єдності трьох елементів: праці як процесу доцільною діяльності людини; предмета праці; засобу праці. Традиційно вважається, що як предмет праці (або засіб праці) у процесі природокористування виступають елементи природного середовища, які в своїй сукупності і становлять природні ресурси.

Разом з тим в економічній літературі досить поширеною позиція, згідно з якою, до природних ресурсів відносять кінцеві продукти природоексплуатації, «вирвані» з природного середовища і піддані «глибоким змінам» [8] (нафту, газ, вугілля, деревину, воду тощо). Виходячи з цього, можна зробити помилковий висновок про те, що одночасно і предметом (засобом), і продуктом праці є одні й ті самі природні елементи! Абсурдність цього висновку випливає і зі схеми А на рис. 2. Закономірно виникає питання: наскільки «глибокими» повинні бути зміни, щоб такі продукти праці вже не вважалися природними ресурсами?

Мабуть, логічно віднести до розряду природних ресурсів тільки ті елементи процесу природокористування, які, виступаючи як потенційні споживні вартості, не втрачають свої зв'язки із природним середовищем. У той же час природні елементи (речовини, сили природи), позбавлені природних зв'язків в результаті суспільної праці, повинні бути віднесені вже до продуктів праці, зокрема, до природної сировини. Важливо відзначити, що деякі види природних ресурсів і в процесі природоексплуатації не змінюють своєї сутності і зберігають системні природні зв'язки (схема Б, рис. 2). До них можуть бути віднесені так звані «невичерпні природні ресурси», наприклад, сільськогосподарські землі.

Крім того, існує клас відтворюваних природних ресурсів, для яких можливий процес регенерації втрачених природних зв'язків і окремих природних елементів. Це так звані «відновлювані природні ресурси», наприклад, лісові землі.

Виходячи з вищесказаного, можна дійти висновку про те, що природні ресурси повинні мати принаймні дві якісні особливості: по-перше, ці природні утворення виступають як потенційні суспільні споживні вартості; по-друге, вони повинні постійно знаходитися в системі природних зв'язків.

Найбільш повне і розгорнуте визначення розглянутих понять ми знаходимо у О. Мінца, який характеризував природні ресурси як «тіла і сили природи, які на цьому рівні розвитку продуктивних сил і вивченості можуть бути використані для задоволення потреб людського суспільства у формі безпосередньої участі в матеріальній діяльності», а природні умови – як «тіла і сили природи, які на цьому рівні розвитку виробничих сил істотні для життя і діяльності людського суспільства, але не беруть участі безпосередньо в матеріальних виробничої та невиробничої діяльності людей» [9].

До числа основних критеріїв включення тих чи інших елементів природи в природні ресурси О. Мінц відносив: технічну можливість та економічну доцільність використання відповідних тіл природи з метою задоволення потреб суспільства, певний рівень їх вивченості. Більшу чіткість у політекономічному визначенні природних ресурсів дозволяє зробити системне виділення факторів природного середовища за допомогою категорії суспільної корисності. Використовуючи критерії, запропоновані О. Мінцем для поділу понять «природні умови» і «природний ресурс», системне визначення поняття надає О. Букреев, який трактує природний ресурс як природний фактор, що задовольняє суспільну потребу в ресурсі, вивченості, можливості використання та має властивість споживної вартості [10]. Як зауваження до цього досить цікавого визначення відзначимо, що природний ресурс повинен мати,

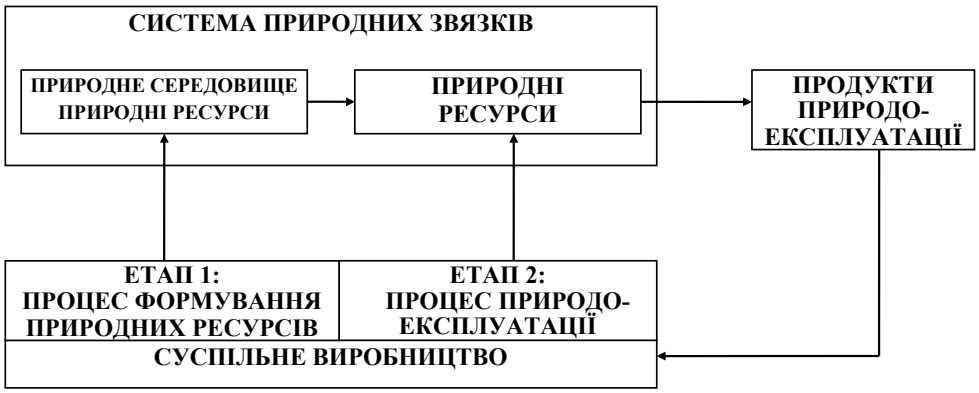


Рис. 1. Місце природних ресурсів в системі суспільного виробництва.

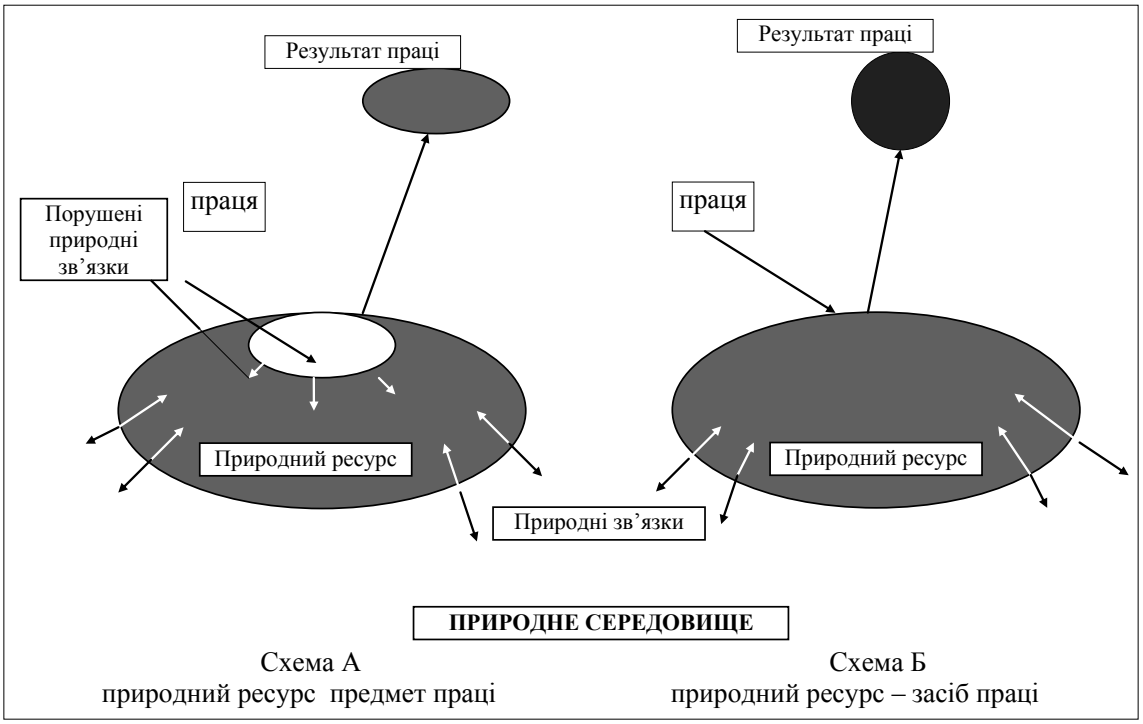


Рис. 2. Система еколого-економічних зв'язків, що виникають у процесі природокористування.

як було показано вище, потенційну суспільну споживну вартість.

Специфіка природокористування дозволяє говорити не просто про природні фактори (або їх сукупностях), а про їх територіальну приуроченість. Ми поділяємо позицію дослідників, які вважають, що комплексний характер людської діяльності і різноманіття її зв'язків із природою обумовлює необхідність розгляду як природних ресурсів тільки територіальних поєднань природних факторів. Це дає змогу використовувати комплексний підхід до характеристики природних ресурсів. Так, І. Комар [8] вважає, що суспільство взаємодіє не з ізольованими природними компонентами, а з їх сукупностями, які мають територіальну форму. На нашу думку, саме територіальна сутність природних ресурсів дозволяє під час проведення економічної оцінки використовувати єдину методологічну базу.

Таким чином, основне змістовне трактування поняття «природний ресурс» полягає в розумінні його як територіально обмеженої сукупності природних факторів (або їх поєднань), що знаходяться в системі природних зв'язків та мають потенційну споживчу вартість, яка за відповідного рівня розвитку продуктивних сил і вивченості може бути використана для задоволення суспільних потреб, беручи участь у процесах виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних та нематеріальних благ.

На завершення відзначимо, що сучасна господарська практика базується на використанні таких основних видів природних ресурсів, як землі (угіддя, території): лісові, сільськогосподарські, мисливсько-промислові, рекреаційні; родовища корисних копалин; родовища підземних вод; поверхневі водойми і водотоки; природоохоронні території; територіальні ресурси під промислове і цивільне будівництво та інші стаціонарні об'єкти.

Висновки. Узагальнюючи вищесказане, зазначимо:

1. Природний ресурс – це категорія економічна, що проходить у своєму розвитку принаймні два етапи, на кожному з яких формується своя система економічних відносин. Перший етап – формування власне природного ресурсу (включаючи отримання інформації про нього, наприклад, розвідка родовищ корисних копалин), другий етап – безпосереднє використання природного ресурсу.

2. Сутність природного ресурсу така, що він повинен постійно перебувати в системі природних зв'язків.

3. Суспільна корисність природного ресурсу визначається технічною можливістю, економічною необхідністю і доцільністю його використання.

4. Природний ресурс, відповідаючи критерієм суспільної корисності, виступає тільки як потенційна суспільна споживна вартість.

5. Природний ресурс є локалізованим на певній території.

6. Критерієм поділу природних утворень (факторів) на природні ресурси і природні умови є участь у матеріальній виробничій та невиробничій діяльності людини.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Быков Б.А. Экологический словарь / Б.А. Быков. Алма-Ата: Наука, 1983. 215 с.

2. Арманд Д. Экономическое значение и основные принципы использования природных богатств / Д. Арманд, И. Герасимов // Природные ресурсы Советского Союза, их использование и воспроизводство. М., 1963. 243 с.

3. Комар И.В. Превращение природных ресурсов в производительные силы общества и географические науки / И.В. Комар // Природа и общество. М.: Наука, 1968. С. 181–190.

4. Саушкин Ю.Г. Географическая наука в прошлом, настоящем и будущем / Ю.Г. Саушкин. М.: Просвещение, 1980. 269 с.

5. Данилишин Б.М. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України / Б.М. Данилишин, С.І. Дорогунцов, В.С. Міщенко та ін. К.: РВПС України НАН України, 1999. 716 с.

6. Ефремов Ю.К. Природа на службе общества / Ю.К. Ефремов. М.: Изд-во «Знание»; серия «В помощь лектору», 1968.

7. Социально-экономические проблемы природопользования. Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1978. 144 с.

8. Комар И.В. Рациональное использование природных ресурсов и ресурсные циклы / И.В. Комар. М.: Наука, 1975. 212 с.

9. Минц А.А. Экономическая оценка естественных ресурсов. Научно-методические проблемы учета географических различий в эффективности использования / А.А. Минц. М.: Мысль, 1972. 303 с.

10. Букреев А.Н. К системному определению понятия «Природный ресурс» / А.Н. Букреев: Материалы Первой всесоюзной конференции «Совершенствование методологии управления социалистическим природопользованием». М.: ЦЭМИ АН СССР, 1983. Т. 1. С. 33–34.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 339.1:617.7-089.24'06(477)(045)

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПТИЧНОГО РИНКУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF OPTICAL MARKET IN UKRAINE

Добровольський В.В.
кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Козлова В.В.
студентка,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

У статті досліджено особливості функціонування сучасного оптичного ринку на території України. Розглянуто проблеми, тенденції та перспективи розвитку цього ринку. Надане визначення фармацевтичної діяльності, що включає в себе оптичний ринок. Представлена класифікація окулярів за призначенням та властивостями. Визначено лідера серед виробників оптичної продукції в світі. Розглянуто динаміку імпортної продукції на території України та основні країни-експортери. Проаналізовано динаміку експорту окулярів українських виробників. Виявлено низку факторів, що перешкоджають розвитку оптичного ринку. Надані методичні рекомендації щодо оптимізації ситуації на оптичному ринку України.

Ключові слова: *окуляри, оптичний ринок, виробництво окулярів, експорт, імпорт.*

В статье исследованы особенности функционирования современного оптического рынка на территории Украины. Рассмотрены проблемы, тенденции и перспективы развития этого рынка. Дано определение фармацевтической деятельности, включающей в себя оптический рынок. Представлена классификация очков по назначению и свойствам. Определен лидер среди производителей оптической продукции в мире. Рассмотрена динамика импортной продукции на территории Украины и основные страны-экспортеры. Проанализирована динамика экспорта очков украинских производителей. Обнаружен ряд факторов, препятствующих развитию оптического рынка. Даны методические рекомендации по оптимизации ситуации на оптическом рынке Украины.

Ключевые слова: *очки, оптический рынок, производство очков, экспорт, импорт.*

This article overviews the features of functioning of the modern optical market in Ukraine. Problems, trends and development perspectives of current market are identified. The definition of pharmaceutical activity, which includes the optical market, is given. Classification of eye glasses by purpose and properties is presented. The leader among optical manufacturers in the world is defined. The main exporting countries and dynamics of imported products on the territory of Ukraine are considered. Dynamics of exports of eye glasses of Ukrainian manufacturers was analyzed. A number of factors impeding the development of the optical market was detected. Methodical recommendations on optimization of the situation in the optical market of Ukraine are given.

Key words: *glasses, optical market, glasses production, export, import.*

Постановка проблеми. Кожного року кількість людей із проблемами зору зростає. У сучасному світі важко уявити свій день без комп'ютера, планшету, мобільного телефону чи смартфону, що мають доступ до мережі Інтернет. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) внесла комп'ютерну залежність у розряд категорій патологічних пристрастей. Зараз батьки змалечку привчають своїх дітей користуватися модними гаджетами, через це швидше

формується процес звикання, порушується психіка та знижується рівень зору. Вченими було доведено, що кожен 7-й користувач мережі Інтернет має залежність, кожен 4-й набуває її протягом 6 місяців від початку користування [1]. Кількість геймерів, які мають розлади через своє захоплення, за даними організації, становить від 0,2% до 20%.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. К.В. Бєлоха та В.Я. Голюк присвятили своє дослідження стану оптичного ринку України та світу, виявили проблеми, тенденції та перспективи розвитку цього ринку [2]. А.Р. Павленко досліджував вплив комп'ютерів та мобільних телефонів на здоров'я [3]. Ця тема дослідження є досить актуальною.

Проте визначенню факторів формування та розвитку функціонування оптичного ринку приділено недостатньо уваги. Через розвиток ІТ-технологій все більше людей втрачають свій зір. Тому це питання потребує всебічного дослідження у сучасних умовах.

Метою статті є проаналізувати тенденції розвитку оптичного ринку в Україні та виявити найбільш перспективні шляхи розвитку.

Виклад основного матеріалу. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), на Землі проживає понад 135 млн. осіб з низьким рівнем зору; кожного року кількість незрячих зростає на 1–2 млн. Як зазначають учені, до 2020 року у світі буде жити 100 млн. незрячих, адже кожні 5 секунд втрачає зір одна доросла людина, а кожну хвилину – одна дитина.

Глаукома – це хронічна хвороба очей, спричинена підвищеним внутрішньоочним тиском і пошкодженням зорового нерву. При цьому зір може зникнути зовсім. Втрата зору, спричинена глаукомою, має незворотний характер, тому що гине зоровий нерв [4].

Щороку понад 1000 осіб у віці старше 40 років починають страждати глаукомою. В Україні саме від цієї хвороби втратили зір 15% людей у віці від 40–45 років. Згідно зі статистичними даними, в Україні хворих на глаукому налічується 220 тисяч осіб, у Дніпровській області – понад 15 тисяч хворих. Патології органу зору як серед дорослого, так і серед працездатного населення у загальній структурі первинної інвалідності в Україні посідають 7-ме місце (4%). На ранніх стадіях глаукома протікає непомітно і, як правило, безболісно призводить до незворотної втрати зору – сліпоти [5].

Оптичний ринок є частиною фармацевтичної діяльності. Фармацевтична діяльність – науково-практична діяльність у системі медицини, що включає в себе пошук сировини, створення лікарських препаратів, всебічне дослідження їх властивостей (показники безпеки, специфічні дії, протипоказання), розроблення відповідної нормативно-технічної документації, методи контролю якості, стандартизацію та реєстрацію, зберігання, постачання, реалізацію та застосування, маркетингові дослідження, визначення потреби в окремих товарах, а також підготовку та перепідготовку кадрів, керівництво фармацевтичними підприємствами та їх структурними підрозділами [6].

До товарних груп оптичного ринку відносять:

– коректуючи окуляри, сонцезахисні та комп'ютерні окуляри;

– оправи та арматура для окулярів з різних матеріалів;

– контактні лінзи та лінзи для окулярів з різних матеріалів.

Окуляри – нескладний оптичний прилад, призначений для корекції зору, захисту очей від сонячних променів або УФ-променів комп'ютера (захисні окуляри). Окуляри складаються з оправ і лінз. За оптичною дією окулярні лінзи поділяються на афокальні і фокальні. Афокальні лінзи володіють не мають оптичної дії. Фокальні лінзи за кількістю утворених фокусів бувають одно- та багатофокальні. Однофокальні лінзи мають одну зону оптичного дії та призначені для зору вдалину або для читання. Вони діляться на стигматичні і астигматичні. Стигматичні лінзи в кожному меридіанному перерізі мають однакову заломлюючу силу. Астигматичні лінзи – у двох перпендикулярних один відносно одного головних перетинах володіють різною заломлюючої силою. Залежно від матеріалу лінзи бувають мінеральними (скляними) та органічними (полімерними). Також є фотохромні лінзи, що затемнюються залежно від рівня освітлення, наприклад, у приміщенні вони будуть прозорими, а на вулиці з яскравим сонячним промінням – від світло сірого до чорного кольору [7].

Сьогодні лідером з виробництва оправ і сонцезахисних окулярів є світовий зразок стилю – Італія. Але Україна маленькими кроками пробиває собі шлях і на цей ринок. За 2016 рік було продано товарів на 2,8 мільйонів доларів. А це свідчить про те, що попит на них таки є, але поки що невеликий. Високу конкуренцію українським виробникам становлять такі країни, як Японія, Німеччина, Франція, США, Гонконг і Китай. Але сама галузь продовжує рости. У 2015 році Україна реалізувала продукції на 1,73 млн. доларів, в 2016 – прибуток зріс до 2,8 млн. доларів, а в 2017 аж до 3,52 млн. доларів [8].

З рис. 1 можна побачити, що обсяг імпортної продукції в Україні у 2017 році порівняно з 2015 роком зріс на 150,3%. Основними постачальниками в 2017 році були Китай, Німеччина та Італія. За січень місяць 2018 року імпорт окулярів на територію України становив 1,68 млн. доларів США.

За даними Державної фіскальної служби, Україна в 2017 році експортувала окулярів на 3,52 млн. доларів США, що на 103,4% більше, ніж у 2015 році (рис. 2).

Основними постачальниками оправ та арматури для окулярів та їх частин у 2017 році були Китай – 1,45 млн. доларів США, Італія –

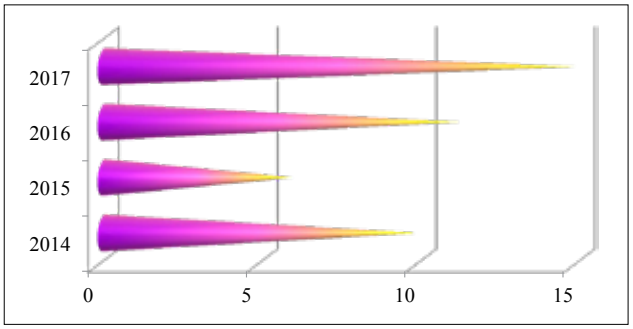


Рис. 1. Динаміка імпортних окулярів на території України за період 2014–2017 рр., млн. доларів США

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

0,56 млн. доларів США, Франція – 0,1 млн. доларів США. Загалом частка даної імпортної продукції зросла на 24,6% порівняно з 2016 роком (рис. 3).

До країн, що експортують лінзи, призми, дзеркала та інші оптичні елементи на територію України, належать Японія, Велика Британія, Китай та інші. Сумарний обсяг імпортних лінз, призм та дзеркал за 2017 рік в Україні становив 6,1 млн. доларів США, а на кінець 31 січня 2018 року – 322 тис. доларів США.

На території України працюють такі салони оптики: «ТриОптика», «ЛюксОптика», «ОкоПлюс», «Дом оптики», Megavision, Kievlinza тощо. Та, на жаль, вітчизняної продукції там представлено дуже мало. Вони імпортують продукцію з Італії, Франції, Японії, Німеччини, США, Великобританії, а більш дешеву – з Китаю, Кореї, Польщі [10].

Сьогодні Державне підприємство «Ізюмський державний завод офтальмологічної лінзи» – єдине підприємство на Україні, що займається виробництвом окулярного скла та виготовленням з нього виробів окулярної оптики. Але влітку 2017 року Нік Розар родом із Брукліна заснував компанію Hetmans, що виробляє окуляри та оправи з дерева. На дужках окулярів вирізьблюють етнічні орнаменти, таким чином у дизайні поєднуються старовинні традиції та сучасна мода. Окуляри створюють у США, а різьблення роблять в Івано-Франківську, через це вартість однієї пари становить 170 доларів США, вони є популярними в американських зірок [11]. Але для більшості українців цей бренд є занадто дорогим через нестабільну

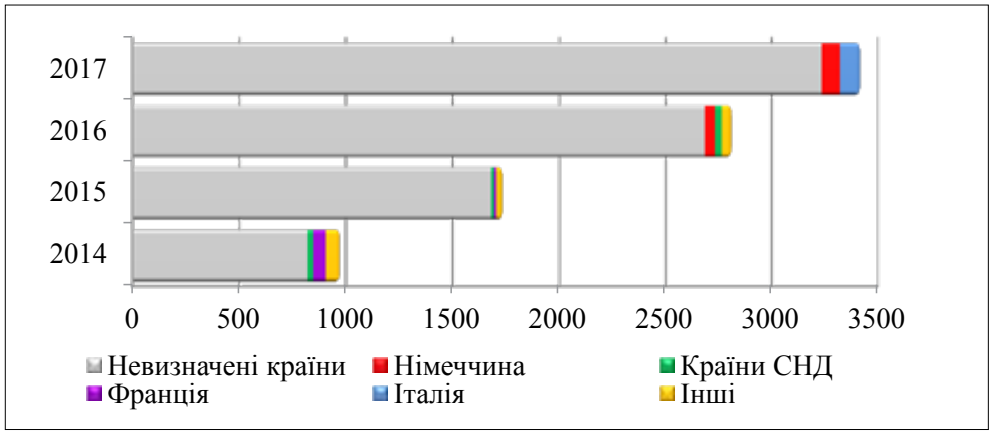


Рис. 2. Динаміка експорту окулярів українського виробництва за період 2014–2017 рр., тисяч доларів США

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

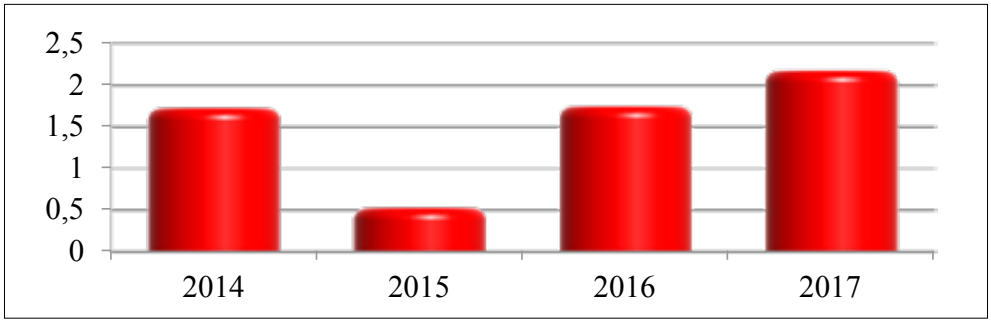


Рис. 3. Динаміка імпортних оправ та арматури для окулярів та їх частин на території України за період 2014–2017 рр., млн. доларів США

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

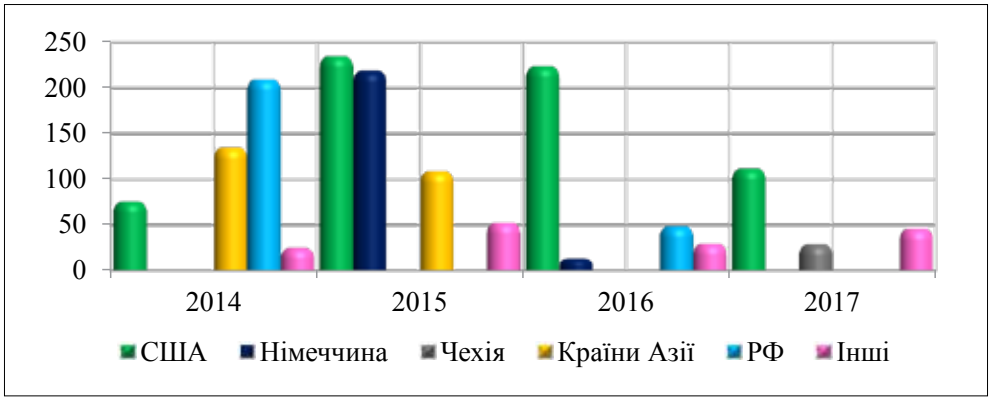


Рис. 4. Динаміка експорту лінз, призм та дзеркал українського виробництва за період 2014–2017 рр., тисяч доларів США

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

економічно-соціальну ситуацію в країні, низьку платоспроможність населення, велику кількість безробітних.

Оптичний ринок має великий потенціал: за даними Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) України, корекцію зору потребує кожен третій в Україні. Фахівці радять перевіряти очі в офтальмолога раз на півроку [12]. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), 65% населення світу має вади зору, і тільки 26 % користуються окулярами чи лінзами [13], інші ж уникають походів до лікаря, не маючи бажання носити окуляри (частіше діти 13–17 років) або батьки-бабусі-дідусі категорично проти корекції зору окулярами (тим паче лінзами).

Ринок оптики вітчизняного виробництва є ненасиченим, причинами цього є: недостатня кількість підприємств, що займаються виробництвом окулярів чи лінз; нерозвинена культура споживання цієї групи товарів. Як правило, споживачі купують окуляри на стихійних ринках або не в спеціалізованих магазинах без консультації лікаря. У Європі ж окуляри змінюють кожні півроку. Більшість оптичних салонів отримує більше 70% прибутку від продажу окулярів, 30% від реалізації контактних лінз та сонцезахисних окулярів [14].

Основні процеси, що відбуваються на вітчизняному оптичному ринку:

– зростання обсягу реалізації оптичних товарів вітчизняного виробництва за період 2014–2017 рр.;

– недостатня кількість кваліфікованих підприємств-виробників та нерозвинений асортиментний ряд;

– низький технічний рівень обладнання підприємств;

– відсутність власної сировини для виробництва окулярів, зростання імпорту майже усіх комплектуючих;

– підвищення митних зборів на імпортну продукцію робить її ще більш дорогою для кінцевого споживача;

– економічна криза в країні, низька платоспроможність населення, низький рівень конкурентоспроможності;

– відсутність маркетингової стратегії та реклами товарів вітчизняного виробника;

– відсутня культура споживання цієї групи товарів.

Висновки. Виходячи з цього дослідження, можна зауважити, що український ринок окулярів та лінз не є стабільним. Переважаючими тенденціями є низькі обсяги виробництва, незадовільна якість продукції, мала конкурентоспроможність підприємств-виробників, відсутність кваліфікованих працівників, маркетингової стратегії та стимулювання збуту. Серед соціальних проблем, які перешкоджають розвитку оптичного ринку, слід виділити уникнення відвідування лікаря-офтальмолога та відсутність бажання носити окуляри або лінзи.

Для підвищення обсягів оптики національного виробництва необхідно:

– заручитися підтримкою держави, гармонізувати національні стандарти на окуляри та лінзи до міжнародних та ЄС;

– модернізувати обладнання та покращити якість продукції;

– розширити асортимент окулярів та лінз різних типів, розробити оправи із сучасним декоративним покриттям та надійною конструкцією;

– знайти нові ринків збуту окулярів, лінз, оправ для окулярів, арматури;

– створити сучасну маркетингову стратегію та розробити цінову політику, що буде задовольняти сучасного споживача як на території України так і поза її межами;

– заохочувати українців щодо походу до лікаря-офтальмолога;

– прививати культуру споживання даної групи товарів у разі наявних проблем, пов'язаних із зором.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дзюба С.А., Саврасов М.В. Вплив інформаційних технологій на психічне здоров'я підлітків // Дзюба С.А., Саврасов М.В. / Збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Перспективні напрямки сучасної науки та освіти». Слов'янськ: Донбаський державний педагогічний університет. 2017 рік. 67–70 с.
2. Бєлоха К.В., Голюк В.Я. Сучасні тенденції та проблеми розвитку оптичного ринку в Україні та за кордоном // Бєлоха К.В., Голюк В.Я. / Збірник наукових праць «Економічний вісник НТУУ «КПІ». м. Київ. 2014 рік. URL: http://probl-economy.kpi.ua/node/498
3. Павленко А.Р. Підручник «Комп'ютер, мобільний…здоров'я?» // Павленко А.Р., Косинов Н.В. / Видання 5 перероблене та доповнене ISBN 966-00-0490-7. м. Київ 2006 рік. 142 с. URL: http://www.iga1.ru/conferation/pavlenko.pdf
4. Офіційний сайт Світ зору. URL: https://svit-zory.com.ua/ua/lechenie-problem-zreniya/lechenie-glaukomi
5. Офіційний сайт Дніпропетровської Обласної Клінічної Офтальмологічної Лікарні – ДОКОЛ. URL: http://dokol.org.ua/news/den-zoru.html
6. Назустріч VIII Національному з'їзду фармацевтів України Упорядкування та значення термінології у фармацевтичній діяльності. URL: http://www.apteka.ua/article/108503
7. Офіційний сайт Україномовна енциклопедія. URL: http://enc.com.ua/medicina/ochishh-para/21087-ochki.html
8. Офіційний сайт Мультимедійна платформа іномовлення України УКРІНФОРМ // Романюк М. Від стартапів до окулярів: 10 товарів, якими ми дійсно можемо пишатись. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2302769-nabridla-zrada-tak-e-i-peremogi-mi-i-ne-zdogaduvalis-so-ukraina-postacae-insim-krainam.html
9. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: http://sfs.gov.ua/ms/f3
10. Как зарабатывают оптические салоны URL: http://www.openbusiness.ru/html/optika2.htm
11. Українські окуляри підкорюють світ: американські зірки вже носять/ URL: http://pl-ukr.net/blog/ukrainski-okulyari-pidkoryuyut-svit-amerikanski-zirki-vzhe-nosyat.html
12. Як не втратити зір. URL: http://pravdatut.lviv.ua/programs/tochka-poglyadu/yak-ne-vtratyty-zir
13. Маркетинговое исследование. Рынок очков и очковой оптики. URL: http://marketing-i.ru/issledov/rynok-ozkov
14. Точка зрения. URL: http://statuspress.com.ua/nisha/tochka-zreniya.html

УДК 332.852.5(477)

ВАРТІСТЬ ЖИТЛА В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

COST OF HOUSING IN UKRAINE: TRENDS AND PROSPECTS

Литвин О.Ю.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавська державна аграрна академія

Дорогань-Писаренко Л.О.
кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавська державна аграрна академія

Чіп Л.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавська державна аграрна академія

Розглянуто основні тенденції на ринку житла за останні п'ять років. Здійснено аналіз досліджень, присвячених названій темі. Запропоновано пропозиції щодо можливостей придбання власного житла тими, хто його потребує. Акцентовано увагу, що саме цей шлях може бути одним із можливих механізмів вирішення надзвичайно складної житлової проблеми в Україні.

Ключові слова: *квартира, житло, банківський депозит, заощадження, оренда.*

Рассматриваются основные тенденции на рынке жилья за последние пять лет. Сделан анализ исследований, посвященных названой теме. Внесены предложения относительно возможностей приобретения собственного жилья теми, кто в нем нуждается. Акцентировано внимание на том, что именно такой путь может быть одним из возможных механизмов решения чрезвычайно сложной жилищной проблемы в Украине.

Ключевые слова: *квартира, жилье, банковский депозит, сбережения, аренда.*

The main tendencies in the housing market over the past five years have been considered. The analysis of researches devoted to the given theme was carried out. Suggestions on the possibilities of own housing acquisition by those who need it are offered. It is emphasized that this way may be one of the possible mechanisms of solving an extremely difficult housing problem in Ukraine.

Key words: *apartment, housing, bank deposit, savings, lease.*

Постановка проблеми. Мати власну комфортабельну квартиру – абсолютно нормальна потреба кожної людини. І в провідних країнах Європи та Америки мрія про власне житло (звісно, коли людина не бажає жити в орендованому) реалізується через три-п'ять років. Такий приблизно термін (різний – залежно від країни) необхідний працюючій людині для того, щоб зібрати кошти і вирішити житлову проблему. На жаль, в Україні ситуація інша. Люди по десять-п'ятнадцять-двадцять років змушені чекати на покращення житлових умов. Як же змінити ситуацію?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, присвячені названій темі є. Проте більшість із них – це оцінка поточної ситуації на ринках продажу чи оренди житла [1], [2], [3], [4], [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відсутній комплексний аналіз вітчизняними науковцями динаміки, тенденцій та можливих варіантів заощаджень для придбання житла.

Формулювання цілей статті – аналіз тенденцій на ринку житла за останні кілька років та обгрунтування пропозицій щодо можливостей накопичення коштів для придбання житла.

Для досягнення поставленої мети використані принципи системного аналізу економічних процесів. Для побудови логіки та структури роботи застосовувалися методи структурно-логічного та причинно-наслідкового аналізу. Методи комплексного та системного підходу застосовувалися для формулювання висновків.

Виклад основного матеріалу. Тенденції, що домінували на ринку житла протягом останніх п'яти років, спробуємо проаналізувати на прикладі м.Полтави – одного з обласних центрів центральної України. Тут протягом 2013–2017.

рр. будівництво багатоповерхових житлових будинків здійснювали 5 крупних будівельних фірм: «Будінвест», «Ельман», «Новобуд-2004», Полтавський домобудівельний комбінат, «Полтаватрансбуд».

Для простоти розрахунків розглянемо не весь спектр запропонованих квартир (одно-, дво-, три-, чотири-, багатокімнатних, дворівневих пентхаусів тощо) а лише можливість покупки найбільш ходових – однокімнатних квартир.

Інформація про вартість купівлі однокімнатної квартири у м. Полтава наведена у табл. 1.

Як свідчить інформація табл. 1, найдешевша однокімнатна квартира, запропонована будівельними організаціями для продажу, була розташована на околиці міста, у селі Щербані, і коштувала 258 000 грн., а найдорожча, у центральній частині міста, – 864 000 грн.

Враховуючи рівень середньої заробітної плати в країні у жовтні 2014.р. – 3509 грн. на місяць [6], житель міста повинен від 6 до 20,5 років повністю заощаджувати свою заробітну плату для покупки однокімнатної квартири, при цьому відмовлятися від будь-яких інших витрат. Ми вирахували так званий індекс недоступності житла (відношення вартості квартири до середньої заробітної плати, що дорівнює кількості років, сума зарплат, яка необхідна для купівлі квартири) у м. Полтава. Можливо, ситуація в інших регіонах, особливо в столиці, була кращою?

На початку 2014 р. індекс недоступності житла у м. Києві був від 7 до 16,4 залежно від типу житла [4].

Для коректності зіставлення зазначених індексів міст Полтави та Києва (синхронізуємо час покупки, врахуємо офіційну середню зарплату по м. Києву, середню площу квартири) вирахуємо індекс недоступності житла у столиці у жовтні 2014 р. для однокімнатної квартири. За основу розрахунку беремо квартиру площею 40 кв. метрів, середню зарплату киянина за жовтень (5427 грн.). Середня вартість квартири – 892 400 грн. За заробітної плати 65 124 грн. на рік (5427*12) індекс недоступності становитиме 13,7, тобто середньостатистичному мешканцю Києва для того, щоб купити квартиру, необхідно працювати близько 14 років, нічого не витрачаючи.

Якщо ж виходити із європейської практики розрахунку індексу недоступності, де за основу береться квартира в новобудові площею 70 кв. метрів, то цифра вже буде інша – 21,5 [4]. Тобто ситуація із доступністю житла в столиці і в регіонах схожа.

Слід зазначити, що міжнародна агенція Bloomberg оголошує світовий індекс недоступності житла. І якщо у кінці 2014 р. у столиці України він становив 21,5, то вже у квітні 2015 р. він зріс до 37,7 [5].

Для порівняння, у Європейському Союзі найнижчий індекс недоступності житла у Данії – 2,2, у Німеччині – 2,4, у сусідній Польщі – 7,5. У середньому в країнах Європейського Союзу та США вартість квадратного метру житла економ-класу дорівнює одній середньомісячній зарплаті. Крім того, покупець може взяти іпотечний кредит під 3–6% річних [5].

Зростання вартості нового житла в Україні (у гривні) продовжувалося і в 2015 р. Так, наприклад, у м. Полтава за шість місяців вартість нового житла зросла на 25–60% (табл. 2).

Проте з 2016 р. і особливо у 2017 р. починає простежуватися тенденція до невеликого зниження ціни (як у гривні, так і в доларовому еквіваленті) квадратного метра житла.

Цікаві статистичні дані наводить інтернет-портал hyser.com.ua, що спеціалізується на нерухомості. Фахівці-аналітики порівняли ціну за квадратний метр однокімнатних квартир (площею 40 кв. м на вторинному ринку), що розташовані у спальних районах, але з гарною

Таблиця 1

Вартість купівлі однокімнатної квартири у м. Полтава (станом на жовтень 2014 р.)

Назва підприємства	Адреса об'єкта будівництва	Вартість 1 кв. м.	Площа 1-кімн. кварт., кв. м.	Вартість*, грн.
«Будінвест М»	вул. Ляхова	10 000	39	390 000
	вул. Жовтнева, 60 д	10 000	39	390 000
«Ельман»	вул. Коваля, 2	14 400	60	864 000
«Новобуд-2004»	вул. Ватутіна, 36/11	7200	42,5	306 000
Полтавський домобудівельний комбінат	вул. Петровського, 37 (с. Щербані)	6000	43	258 000
«Полтаватрансбуд»	вул. Жовтнева, 46 в	14 000	46 50	644 000 700 000
	вул. Сковороди, 2 в	10 000	40 50 61 70	400 000 500 000 610 000 700 000

*Вартість квартири за умови 100% оплати – прим. автора

Авторська розробка

Таблиця 2

Динаміка зміни вартості покупки квартири у м. Полтава (за період жовтень 2014 р. – квітень 2015 р.)

Назва підприємства	Адреса об'єкта будівництва	Вартість 1 кв. м.		Зміни вартості	
		жовт. 2014	квіт. 2015	грн.	%
«Будінвест М»	вул. Ляхова	10 000	15 000	5000	50
	вул. Жовтнева, 60 д	10 000	13 000	3000	30
«Ельман»	вул. Коваля, 2	14 400	18 000	3600	25
«Новобуд-2004»	вул. Ватутіна, 36/11	7200	8200	1000	13,9
Полтавський домобудівельний комбінат	вул. Петровського, 37 (с. Щербані)	6000	7900	1900	31,6
«Полтаватрансбуд»	вул. Жовтнева, 46 в вул. Сковороди, 2 в	14 000 10 000	20 000 16 000	6000 6000	42,8 60

Авторська розробка

Таблиця 3

Індекс недоступності житла у п'яти провідних містах України (станом на початок 2018 р.)

Назва міста	Середня зарплата за 2017 р. після сплати податків	Вартість однокімнатної квартири (40 кв. м.)	Індекс недоступності житла
Львів	5370	578 000	9 років
Дніпро	5975	665 000	9 рок. 2 міс.
Київ	9370	867 000	7 рок. 8 міс.
Харків	5340	751 000	11 рок. 9 міс.
Одеса	5500	867 000	13 рок. 1 міс.

Джерело: [7]

інфраструктурою п'яти провідних міст України: Львова, Дніпра, Києва, Харкова, Одеси. Порахували, скільки часу необхідно накопичувати кошти для купівлі квартири. Для спрощення розрахунків було прийнято, що ні ціни на житло, ні заробітна плата змінюватися не будуть, а для кожного регіону взяли середню зарплату за даними Держстату за 2017 рік після сплати податків.

Найбільш дорогі квартири були в столиці та у м. Одесі. Проте через значну різницю в зарплатах середньостатистичний киянин збере потрібну суму за 7років і 8 місяців, а одесит – за 13 років 1 місяць. Це за умови, що жодної копійки із зарплати не буде витрачено. Таке можливо, якщо сім'я з двох осіб живе на одну зарплату, а іншу відкладає. Для тих же, хто збирає на житло самостійно, термін накопичення необхідної для покупки суми збільшується вдвічі. Зараз, за даними Держстату, середні витрати «на життя» на одну людину становлять близько 4000 грн. на місяць (за умови, що людина не орендує житло [7].

Звісно, можна не намагатися купити житло, а орендувати його. Проте українські міста-мільйонники на початку 2018 р., на жаль, очолили світовий рейтинг співвідношення заробітної плати та цін на оренду житла. Орендна плата доходить до 80% від зарплатні [8]. Не набагато краща ситуація і в невеликих містах.

Фахівці з нерухомості по-різному прогнозують поведінку ринка нерухомості. За словами голови національної ради Ріелтерської палати України В. Несина, на нього можуть вплинути інфляція, політична ситуація в країні, розвиток військової агресії на сході – тобто фактори, що складно спрогнозувати. Проте загальна тенденція на ринку нерухомості в поточному році – зниження вартості вторинного житла. «Велика вірогідність того, що може повторится ситуация минулого року, у 2018-му вторинне житло може здешевшати до 10%», – вважає В. Несин. Він також відзначає, що в найближчі два-три роки ціни на житло (не нове) можуть досягнути дна, але потім буде зростання цін – дешеві квартири почнуть скупляти з метою перепродажу, що спровокує підняття їх вартості до минулого рівня» [7].

Висновки. Хоча вторинне житло в Україні дешевшає, проте власне житло, як і раніше, залишається тільки мрією для більшості українців. Причина – низькі зарплати та високі ціни. За оцінкою окремих столичних спеціалістів фінансового ринку, в найближчі 10 років, якщо не буде економічних криз, інфляція в Україні становитиме 70–75%, а зростання зарплат – понад 100%, тобто до 2028 року середня зарплата збільшиться вдвічі – до 15 тис. грн/міс. Заощадження вони радять тримати в надійних банках і наводять розрахунки: якщо сьогодні покласти на депозит 9370 грн (середня зарплата у Києві) під 14% річних і додавати щомісячно стільки ж (усю зарплату одного з членів сім'ї), то заощадити на квартиру у Києві за умови її 70%-ного здорожчання можливо за 5 років і 3 місяці [7].

Довіряючи експертам і розуміючи, що наведена схема накопичень можливо, і буде дієвою за правильного передбачення всіх вищезазначених умов, вважаємо за потрібне відзначити, що в умовах постійної девальвації національної валюти частину довгострокових заощаджень на житло варто накопичувати в іноземній валюті.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Крамаренко А. Инвестиции в недвижимость: во что, на сколько, когда. URL: http://kurs.com.ua/novost/investicii-v-nedvijimost-vo-chto-na-skol-r332584
2. Шомина Е.С. Квартиросъемщики – наше «жилищное меньшинство». Российский и зарубежный опыт развития арендного жилья. / Е.С. Шомина М.: Издательский дом Государственного университета Высшей школы экономики, 2010. 186 с.
3. Щодо розвитку сектору орендного житла в Україні. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/1240/
4. Рева Н. В 2014 году индекс недоступности жилья вырос вдвое URL: http://domik.ua/novosti/v-2014-godu-indeks-nedostupnosti-zhilya-vyros-vdvoe-n231842.html
5. Коцеруба А. Пузырь на рынке недвижимости Украины готовится лопнуть URL http:// realty. obozrevatel.com/news/61029-puzyir-na-ryinke-nedvizhimosti-ukrainyi-gotovitsya-lopnut.htm
6. Средняя зарплата в Украине в октябре выросла на 28 грн. URL: http://glavcom.ua/news/251526.html
7. Как в Украине накопить на свою квартиру: URL https://hyser.com.ua/economics/kak-v-ukraine-nakopoit-na-svoyu-kvartiru-301850
8. Аренда квартир в Украине оказалась самой дорогой в мире. URL: www.segodnya.ua/economics/realty/vsyu-zarplatu-za-zhile-arenda-kvartir-v-ukraine-okazalas-samoy-dorogoy-mire-1112429.html

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 631.162

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

FINANCIAL POTENTIAL OF AGRARIAN ENTERPRISES DEVELOPMENT

Вдовенко І.С.
аспірант,
ННЦ «Інститут аграрної економіки» (м. Київ)

Стаття присвячена теоретичному осмисленню поняття «фінансовий потенціал підприємства», особливостям підходів до його трактування різними дослідниками, виявленню зв'язків з іншими фінансовими категоріями. Встановлено, що фінансовий потенціал включає в себе не лише фінансові ресурси, а й здатність підприємства до ефективного і раціонального їх використання, а також наявні і потенційні можливості нарощення їхнього обсягу з метою досягнення стратегічних цілей підприємства шляхом прийняття ефективних управлінських рішень у сфері фінансів.

У статті обґрунтовано роль фінансового потенціалу у процесі здійснення виробничо-фінансової діяльності підприємств із специфічними галузевими особливостями та визначено фактори внутрішнього і зовнішнього середовища впливу на формування фінансового потенціалу аграрних підприємств. Зроблено висновки щодо необхідності створення сприятливого зовнішнього середовища як основи ефективного механізму управління фінансовим потенціалом та забезпечення конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, економічного розвитку підприємств аграрного сектору і зростання ролі держави в цьому процесі.

Ключові слова: *фінансовий потенціал, фінансові ресурси, управління фінансовим потенціалом, ефективність діяльності, конкурентоспроможність, результативність, інвестиційна привабливість, фінансова стійкість.*

Статья посвящена теоретическому осмыслению понятия «финансовый потенциал предприятия», особенностям подходов к его трактовке разными исследователями, выявлению связей с другими финансовыми категориями. Установлено, что финансовый потенциал включает в себя не только финансовые ресурсы, но и способность предприятия к эффективному и рациональному их использованию, а также имеющиеся и потенциальные возможности наращивания их объема с целью достижения стратегических целей предприятия путем принятия эффективных управленческих решений в сфере финансов.

В статье обоснована роль финансового потенциала в процессе осуществления производственно-финансовой деятельности предприятий со специфическими отраслевыми особенностями и определены факторы внутренней и внешней среды влияния на формирование финансового потенциала аграрных предприятий. Сделаны выводы о необходимости создания благоприятной внешней среды как основы эффективного механизма управления финансовым потенциалом и обеспечения конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности, экономического развития предприятий аграрного сектора и роста роли государства в этом процессе.

Ключевые слова: *финансовый потенциал, финансовые ресурсы, управление финансовым потенциалом, эффективность деятельности, конкурентоспособность, результативность, инвестиционная привлекательность, финансовая устойчивость.*

The article deals with the theoretical approaches to the essence of the concept of "financial potential of the enterprise" and defines its functions; and factors of internal and external influence on the formation of financial potential of agrarian enterprises. It is established that financial potential is a broader concept and includes not only financial resources but also the ability of an enterprise to efficiently and rationally use them, as well as existing and potential opportunities to increase their volume in order to achieve strategic goals by adopting effective managerial decisions in the field finance.

In the article the role of financial capacity in the process of production and financial activity of the specific features of the industry and the factors internal and external environment influence the formation of the financial potential of agricultural enterprises. Conclusions on the need to create a favorable external environment as the foundation of an effective mechanism for the financial potential and competitiveness, investment attractiveness and economic development of the enterprises of the agricultural sector and increase the state's role in this process.

Key words: *financial potential, financial resources, financial potential management, efficiency, competitiveness, efficiency, investment attractiveness, financial stability.*

В умовах економічної нестабільності ринкового середовища фінансовий потенціал та можливості його нарощення визначають ефективність діяльності підприємства та сталого його розвитку, використовуються для фінансування виробничо-господарської діяльності суб'єктів господарювання, є базовою характеристикою економіки підприємства, від якого залежить прийняття зважених управлінських рішень у сфері фінансів.

Фінансовий потенціал розглядають як «домінантний чинник впливу на забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його економічний розвиток», від рівня якого «залежать обсяги власних фінансових ресурсів, можливості й умови доступу до зовнішніх джерел їх формування, фінансова стійкість та адаптивність підприємства» [1, с. 44]; як «важіль, що формує механізм динамічної трансформації ресурсів у результаті діяльності підприємства [2, с. 282]; як «критерій, який визначає здатність підприємства до пристосування за змін економічної кон'юнктури, адже саме він відіграє вагому роль у спроможності підприємства генерувати необхідний обсяг позитивних грошових потоків, бути інвестиційно привабливим, ліквідним та фінансово надійним» [3, с. 78]; інші дослідники стверджують, що «фінансовий потенціал сприяє визначенню результативності використання фінансових активів, досягненню індикативних, планових та прогнозних показників, у тому числі ліквідності, стійкості, прибутковості, платоспроможності» [4, с. 50], а «достатній рівень фінансового потенціалу, а також його ефективне використання визначають стабільний, стійкий, ліквідний та платоспроможний стан підприємства» [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття та специфіка фінансового потенціалу підприємств відображена у працях Г.В. Корнійчук [1], Р.О. Толпежнікова [2], А.Є. Громової [3], О.С. Хринюк [5], О.В. Белінської [6] та інших. Однак залишаються дискусійними і недостатньо вивченими проблеми ефективного управління фінансовим потенціалом підприємств аграрного сектору економіки.

Метою статті є теоретичне обґрунтування сутності фінансового потенціалу підприємства, його складників та визначення факторів впливу на формування фінансового потенціалу аграрних підприємств.

Категорія «фінансовий потенціал» тісно пов'язана не лише з поняттями «фінансові ресурси» та «фінансові активи», але й з іншими фінансовими термінами: «фінансова спроможність», «фінансовий стан», «фінансова стійкість», «фінансові резерви», що відображається в різних підходах до його трактування дослідниками.

Найбільш щільний зв'язок простежується між фінансовим потенціалом і фінансовими ресурсами у більшості трактувань сутності цього поняття.

Фінансовий потенціал є важливим складником загального потенціалу підприємства, адже, саме цей його складник відображає стан та обсяг як власних (наявних), так і позичених (залучених) фінансових ресурсів, які необхідні для його нормального безперебійного функціонування, а також для формування конкурентних стратегій розвитку своєї діяльності в майбутньому [3, с. 78].

У О.В. Белінської О.В. [6, с. 268] «фінансовий потенціал – це обсяг наявних фінансових ресурсів підприємства та прихованих його можливостей, за рахунок яких існує потенційна можливість збереження стійкості підприємства, підвищення його конкурентоспроможності, отримання наперед визначеного позитивного фінансового результату, що може бути реалізованим внаслідок управлінського впливу з метою досягнення певного наперед визначеного рівня розвитку підприємства як на певний момент часу, так і у перспективі».

Г.В. Корнійчук [1, с. 47] стверджує, що «обов'язковою якісною характеристикою фінансового потенціалу є спроможність генерувати певні обсяги грошових потоків, за рахунок яких формуються власні фінансові ресурси. А це передбачає спроможність накопичувати й ефективно розподіляти фінансові ресурси між конкуруючими напрямами їх використання».

Сутність фінансового потенціалу полягає насамперед не так у наявності фінансових ресурсів у конкретний проміжок часу, як у здатності підприємства формувати та відтворювати необхідні активи у повному обсязі з мінімальними витратами та у стислі терміни [5].

Але, на нашу думку, саме наявність фінансових ресурсів є передумовою їх вкладення в активи задля безперебійного здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства.

Г.В. Кучер [4, с. 51] трактує фінансовий потенціал як вартісну категорію (дає змогу виміряти в абсолютних обсягах та визначити у відносних показниках наявні фінансові активи економічних суб'єктів) і фінансову категорію (відносини, пов'язані із формуванням, розподілом та перерозподілом, використанням, накопиченням та примноженням фінансових активів, впливають на фінансовий стан, фінансову стійкість та визначають можливості процесу відтворення для забезпечення економічного зростання).

Так, А.Є. Громова [3, с. 75] визначає його як здатність до раціонального та ефективного використання фінансових ресурсів, що перебувають у його розпорядженні, а також можливості до нарощення у разі необхідності обсягів цих ресурсів.

Н.М. Левченко [7, с. 116] під фінансовим потенціалом підприємства розуміє «сукупність можливостей підприємства, які визначаються наявністю і організацією використання фінансових ресурсів та організаційних механізмів, спрямованих на забезпечення економічного розвитку підприємства на перспективу».

Аналогічний підхід – у О.С. Хринюк О.С. [5]: «Фінансовий потенціал підприємства – це

сукупність наявних і потенційних можливостей підприємства щодо мобілізації та нарощення їхнього обсягу і трансформації їх в інші фактори виробництва відповідно до потреби з метою досягнення стратегічних та тактичних цілей підприємства».

Р.О. Толпежніков [2, с. 282] вважає, що «поняття «фінансовий потенціал» можна ототожнювати із такими параметрами, як потенційні фінансові показники (прибутковість, ліквідність, платоспроможність), потенційні інвестиційні можливості… Процес управління фінансовим потенціалом підприємства є інтегрованим набором управлінських функцій, основними з яких є планування, організація, практичне керівництво та контроль за досягненням результатів з подальшим коригуванням в разі необхідності. Управління фінансовим потенціалом підприємства нерозривно пов'язане із затвердженими стратегічними цілями господарюючого суб'єкта, доступу на ринки капіталу і якістю системи менеджменту».

Роль та значення фінансового потенціалу як інструмента і важеля оцінки і регулювання діяльності підприємства розкривають його функції (рис. 1).

Таким чином, узагальнюючи теоретичні підходи до сутності поняття «фінансовий потенціал підприємства», слід відзначити, що фінансовий потенціал є невід'ємним складником загального потенціалу підприємства, що включає в себе не лише фінансові ресурси, але і здатність підприємства до ефективного та раціонального їх використання, наявні і потенційні можливості нарощення їхнього обсягу з метою досягнення стратегічних цілей підприємства шляхом ефективних управлінських рішень у сфері фінансів.

На процес формування й ефективного використання фінансового потенціалу підприємства впливають зміни, що відбуваються в економічному середовищі, тому виникає необхідність під час прийняття управлінських рішень враховувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на цей процес, особливо це стосується важливої для економіки країни галузі – сільського господарства.

Сільське господарство займає вагоме місце в економіці регіонів України, забезпечує 11,8% ВВП країни (в 2016 р.), і ця частка динамічно зростає, що засвідчує конкурентні переваги сільськогосподарського виробництва та аграрної галузі в забезпеченні продовольчої і національної безпеки України.

Ресурсний потенціал сільського господарства України, в основі якого знаходяться висо-

Рис. 1. Функції фінансового потенціалу підприємства [4, с. 50]

копродуктивні землі сільськогосподарського призначення та сприятливі агрокліматичні умови, вказує на невикористані можливості для подальшого розвитку аграрного сектору через збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, внеску галузі в підвищення рівня продовольчої та енергетичної безпеки, зростання експортного потенціалу держави.

Втрата агросферою значної частини матеріального ресурсного потенціалу (основних та оборотних фондів) – наслідок досі неподоланої трансформаційної кризи, а нестійка динаміка відбудови інвестиційної активності актуалізує питання об'єктивної оцінки перспектив розвитку аграрної галузі [8, с. 12].

Найважливішою характеристикою перспективної національної моделі розвитку в умовах глобалізації буде не підпорядкування національної економіки глобальним економічним процесам, а активне використання позитивів глобальної економіки для оптимізації умов національного економічного розвитку. Це передбачає не зменшення, а зростання економічної ролі держави як гаранта дотримання вищезазначеної умови й організатора та регулятора накопичення критично необхідних ресурсів для ефективного національного саморозвитку. Замість постановки амбітних цілей, не підкріплених достатніми ресурсами розвитку (що простежується практично у всіх сучасних національних програмах), необхідно поставити в центр політики саме цілеспрямоване формування фінансових ресурсів розвитку, адаптування до них відповідних тактичних цілей і завдань як усередині країни, так і в міжнародній економічній сфері. [9, с. 23–29].

Отже, в умовах швидко мінливого ринкового середовища в Україні перед підприємствами аграрного сектору постають проблеми формування та ефективного використання наявних ресурсів, пошуку резервів підвищення прибутковості діяльності, пов'язані зі специфічними галузевими особливостями (залежність сільськогосподарського виробництва від природних умов, сезонність виробництва, визначення реального фінансового результату в кінці фінансового року), що вимагає ефективного механізму управління фінансовим потенціалом, опираючись на стратегію розвитку аграрних підприємств на перспективу.

Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища чинять безпосередній вплив на формування фінансового потенціалу аграрних підприємств (рис. 2).

Фінансова політика аграрного підприємства має бути спрямована на досягнення довгострокових і короткострокових завдань із поєднанням стратегічних і тактичних цілей підприємницької діяльності та створення раціональної системи управління фінансовим потенціалом.

Фінансовий стан аграрного підприємства насамперед визначається його прибутковістю,

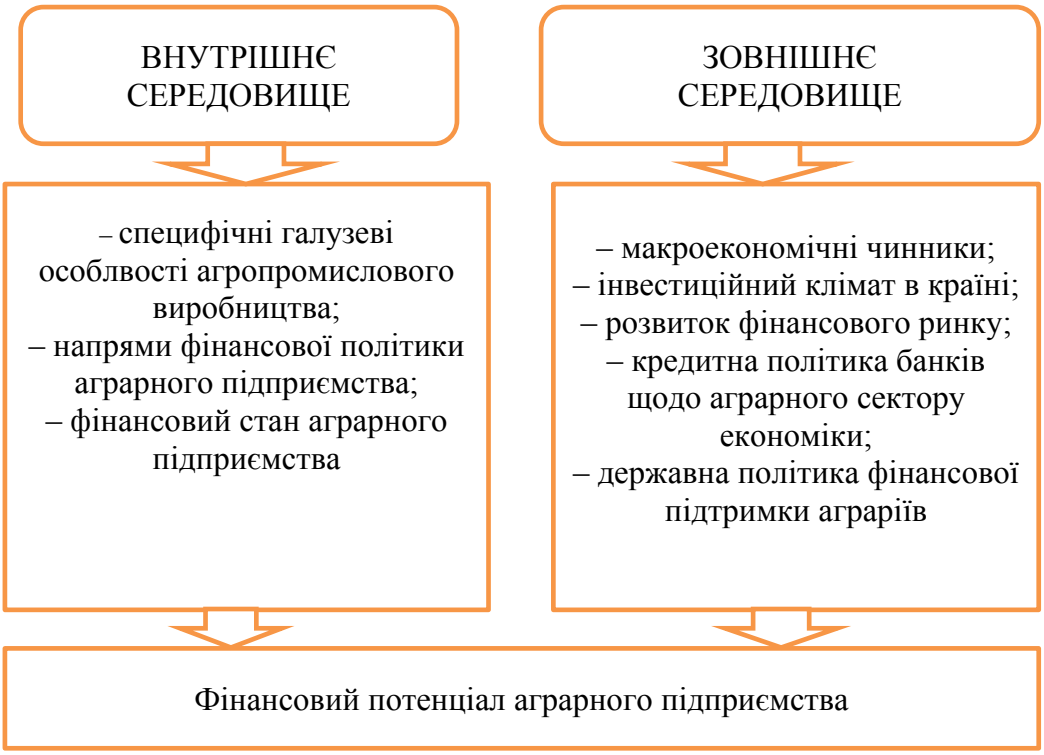


Рис. 2. Фактори внутрішнього і зовнішнього середовища впливу на формування фінансового потенціалу аграрних підприємств

(складено автором)

що в останні роки демонструє позитивні тенденції. Так, впродовж 2014–2016 рр. сума чистого прибутку сільськогосподарських підприємств України збільшилася в 4,2 раза (з 21 413,4 млн. грн. у 2014 р. до 89 330,8 млн. грн. у 2016 р.), відповідно збільшилась і частка сільськогосподарських підприємств України, що отримали чистий прибуток (88,3%), тоді як збиткових підприємств – 11,7% (проти 15,3% в 2014 р.). Сума чистого прибутку, отриманого прибутковими підприємствами за аналізований період, зросла в 1,9 раза, а сума чистого збитку, отриманого збитковими підприємствами, скоротилася в 2,3 раза.

Найбільш негативно впливають на формування фінансового потенціалу аграрних підприємств фактори зовнішнього середовища, такі як макроекономічні чинники (інфляційні процеси, девальвація гривні тощо), несприятливий інвестиційний клімат галузі сільського господарства для іноземних інвестицій.

Незначна питома вага прямих іноземних інвестицій в аграрний сектор (впродовж 2013–2016 рр. залишається на рівні 1,3%) підтверджує зменшення фінансового потенціалу розвитку галузі та погіршення її позицій у макроекономічних пропорціях [10].

Фінансовий ринок залишається найслабшою сферою фінансових відносин у фінансовій системі України, що негативно позначається на формуванні фінансового потенціалу аграрних підприємств.

Основними причинами низької активності залучення кредитних ресурсів у сільськогосподарське виробництво з позиції позичальника залишаються нестабільний фінансовий стан сільськогосподарських підприємств; відсутність ліквідної застави в позичальників, а з позиції кредитора – високі відсоткові ставки, наявність обмеженої кількості кредитних програм для малого і середнього бізнесу, неврахування специфіки галузі, низький рівень капіталізації, втрата ліквідності банківської системи; операційні ризики банків під час співпраці з підприємствами аграрної сфери [11, с. 113]. На думку авторів, «практичне розв'язання проблем кредитного забезпечення підприємницької діяльності підприємств аграрної сфери економіки на перспективу потребує нових підходів щодо вдосконалення механізмів банківського кредитування та через розширення діяльності небанківських фінансово-кредитних установ, сприятиме посиленню конкуренції між кредитними установами та розширить доступ до кредитних ресурсів усіх без винятку підприємницьких структур, які потребують фінансової підтримки [11, с. 98].

Сучасна бюджетна фінансова підтримка аграрного сектору характеризується наявністю низки проблем, що стосуються, зокрема, непрозорості механізмів розподілу та недоступності одержання бюджетних коштів для значної частини сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, майже усіх дрібнотоварних господарств населення; неефективного використання вкладених бюджетних коштів; недосконалості механізмів отримання і розподілу бюджетних коштів і порушення бюджетної дисципліни під час їх використання, що приводить до недовикористання виділених бюджетних коштів [12, с. 60–63].

Водночас щорічне збільшення обсягів державної фінансової підтримки ще не досягло того мінімального рівня, який необхідний для здійснення розвитку цієї галузі (в країнах ЄС 21% валової сільськогосподарської продукції компенсується державою за рахунок різних програм державної підтримки, а в Україні – лише 1–1,5%).

В умовах економічної нестабільності, інфляційних процесів, зміни напрямів фінансової політики щодо сільськогосподарського виробництва її надання має носити стабільний та прогнозований характер для аграріїв з метою сприяння ефективному управлінню фінансовим потенціалом.

У Державному бюджеті 2017–2018 рр. дещо покращилася ситуація з розподілом видатків держави щодо аграрного сектору економіки в бік зростання їх обсягів: проектом Держбюджету на 2018 рік загалом на потреби Міністерства аграрної політики і продовольства України та галузі сільського господарства уряд виділив 13,4 млрд грн (із яких 6,3 млрд грн.) – пряма підтримка сектору, що в 3,6 раза більше проти минулого року (3,761 млрд грн.) [13].

Стратегічними орієнтирами посилення фінансового потенціалу аграрних підприємств слід виокремлювати фінансову безпеку, забезпечення якої досягається шляхом контролінгу діяльності, планування грошових потоків, збільшення прибутковості діяльності; фінансову незалежність у контексті стимулювання фінансової грамотності господарюючих суб'єктів, співпраці із надійними партнерами та фінансової стабільності, досягнення якої буде можливим завдяки нівелюванню ймовірності банкрутства, страхуванню фінансових ризиків і управлінню кредиторською та дебіторською заборгованостями. Своєчасна та комплексна реалізація заходів сприятиме посиленню фінансового потенціалу, покращенню інвестиційної привабливості підприємств галузі і створюватиме умови для ефективного розвитку господарюючих суб'єктів [14].

Сталий розвиток аграрного сектору економіки України значною мірою залежить від ефективності управління фінансовим потенціалом окремого аграрного підприємства та заходів аграрної політики із забезпечення її рівня. Тому в основі державної фінансової політики України на перспективу мають бути заходи створення сприятливого зовнішнього середовища як основи ефективного механізму управління фінансовим потенціалом та забезпечення конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, економічного розвитку підприємств аграрного сектору і зростання ролі держави в цьому процесі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Корнійчук Г.В. Характеристика фінансового потенціалу підприємства як економічної категорії / Г.В. Корнійчук Г.В. // Економіка АПК. 2016. № 11. С. 44–48.
2. Толпежніков Р.О. Сутність та методика оцінювання фінансового потенціалу підприємства / Р.О. Толпежніков // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. Вип 2. том 1. С. 277–282.
3. Громова А.Є. Фінансовий потенціал, як основа формування прибутку підприємства / А.Є. Громова // Економіка та управління підприємствами. 2017. Вип. 5. С. 75–78.
4. Галина В. Кучер Фінансовий потенціал як економічна категорія / Галина В. Кучер // Актуальні проблеми економіки. 2014. № 9(159). С. 46–52.
5. Хринюк О.С., Бова В.Л. Сутність фінансового потенціалу підприємства / О.С. Хринюк, В.Л. Бова // Актуальні проблеми економіки та управління. 2017. № 11.
6. Белінська О.В. Сутність фінансового потенціалу підприємства / О.В. Белінська // Вісник Хмельницького національного університету. 2012. № 4. Т. 3. С. 267–271.
7. Левченко Н. М. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та підходи до діагностики / Н.М. Левченко // Інвестиції: практика та досвід. -2012. № 2. С. 114–117.
8. Пасхавер Б.Й. Агросфера: тенденції і перспективи розвитку / Б.Й. Пасхавер // Економіка АПК. 2015. № 9. С. 5–14.
9. Кирилов Ю.Є. Розвиток аграрного сектору економіки в умовах глобалізації / Ю.Є. Кирилов // Економіка АПК. 2016. № 5. С. 23–29.
10. Сільське господарство України. Статистичний щорічник України. Державна служба статистики. Київ. 2016.
11. Вдовенко Л.О. Черненко О.С. Фінансова безпека суб'єктів підприємництва в аграрній сфері / Л.О. Вдовенко, О.С. Черненко. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. 252 с.
12. Леонтович С.П. Напрями удосконалення бюджетної фінансової підтримки розвитку аграрного сектора економіки України / С.П. Леонтович // Економіка та держава. 2010. № 7. С. 60–63.
13. URL: http://minagro.gov.ua/uk/
14. Танклевська Н.С. Стратегічні орієнтири посилення фінансового потенціалу аграрних підприємств / Н.С. Танклевська, В.О. Мірошниченко // Фінансовий простір. 2017. № 2(26). С. 53–58.

УДК 338.48

ФЕНОМЕН СТРУКТУРИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ

THE PHENOMENOM OF THE BANKING SYSTEM OF CHINA

Жмурко Н.В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Петик М.І.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті висвітлено теоретичні аспекти становлення та розвитку сучасної банківської системи в Китаї. Визначено, що з кінця 1970-х рр. банківська система КНР зазнавала поступових змін, і вже у 1980-х рр. було створено два рівні – Народний банк Китаю і комерційні банки. Авторами досліджено нормативно-правове та інституційне регулювання банківської діяльності в країні. Окреслено низку особливостей побудови банківської системи Китайської Народної Республіки. Висвітлено політико-економічні рівні банківського регулювання в державі та наведено їхню детальну характеристику.

Ключові слова: *Китайська Народна Республіка, банківська система, Народний банк Китаю, інші банківські установи.*

В статье освещены теоретические аспекты становления и развития современной банковской системы в Китае. Определено, что с конца 1970-х гг. банковская система КНР испытывала постепенные изменения, и уже в 1980-х гг. было создано два уровня – Народный банк Китая и коммерческие банки. Авторами исследовано нормативно-правовое и институциональное регулирование банковской деятельности в стране. Очерчен ряд особенностей построения банковской системы КНР. Освещены политико-экономические уровни банковского регулирования в государстве и приведена их подробная характеристика.

Ключевые слова: *Китайская Народная Республика, банковская система, Народный банк Китая, другие банковские учреждения.*

The article covers the theoretical aspects of the formation and development of a modern banking system in China. It has been determined that since the late 1970's, the banking system of the People's Republic of China has begun to undergo gradual changes, and already in the 1980's already established two levels of this financial system – the People's Bank of China and commercial banks. The authors investigate the regulatory and institutional regulation of the banking activities of the country. However, a number of features of the construction of the banking system of the People's Republic of China are outlined. The political-economic levels of banking regulation in the state are highlighted and their detailed description are presented.

Key words: *People's Republic of China, the banking system, People's Bank of China, other banking institutions.*

Постановка проблеми. Під банківською системою розуміють систему організації банківської справи, що історично склалася і законодавчо закріплена в конкретній державі. Вона включає всі банківські і небанківські інститути, що виконують окремі банківські операції. Банківська система як складова частина входить у кредитну систему країни. А кредитна система, у свою чергу, – в економічну систему країни.

Особливе місце в сучасних банківських системах належить банківській системі Китайської Народної Республіки, економіка якої поєднує в собі ознаки планової та ринкової економік.

Сьогодні банківська система Китаю складається з двох рівнів – Народного банку Китаю та інших банківських установ. Однак так було не завжди. Саме це зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню фінансово-економічної системи КНР, зокрема структурі її банківської системи, присвячено чимало наукових праць. До них можна віднести роботи економістів А. Верникова, Є. Джагитяна, О. Олійника, Б. Рубцова, а також низки інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не заперечуючи значну цінність доробок вищезгаданих економістів, зауважимо, що в літературі, на жаль, відсутній комплексний підхід до визначення системної взаємодії елементів банківської системи Китайської Народної Республіки.

Саме тому **метою** написання даної статті є поглиблення теоретичних знань щодо становлення та побудови новітньої банківської системи КНР, а також визначення особливостей нормативно-правового регулювання банківської системи республіки.

Виклад основного матеріалу. У період з 1950 по 1978 р. банківська система Китаю була представлена єдиним банком – Народним банком Китаю (НБК), який безпосередньо підпорядковувався Міністерству фінансів і був позбавлений будь-яких повноважень щодо проведення самостійної грошово-кредитної політики. По суті, НБК був великим розрахунково-касовим центром, через який здійснювали усі розрахунки. За умов адміністративно-командної системи управління економікою такий статус банку повністю відповідав вимогам того часу: усі підприємства знаходились в державній власності та були позбавлені права на здійснення самостійної господарської діяльності. Міністерство фінансів затверджувало щорічний кредитний план, відповідно до якого відбувався розподіл фінансових ресурсів через НБК [5].

Починаючи з кінця 1970-х рр. банківська система КНР зазнавала поступових змін, і вже в 1980-х рр. функціонувало два рівні цієї фінансової системи – Народний банк Китаю та комерційні банки. Така відмова від однорівневої банківської системи наділила НБК низкою нових повноважень, таких як регулювання грошової маси, управління обмінним курсом і валютними резервами. Водночас НБК став основним інструментом для фінансування державних компаній, які раніше уряд фінансував безпосередньо з бюджету.

У таблиці 1 охарактеризовано новітні етапи становлення та розвитку банківської системи КНР.

За понад 30 років економічних реформ банківська система Китаю зазнала суттєвих змін. Із централізованої та відсталої вона перетворилася на потужну розвинену та достатньо диверсифіковану банківську систему (див. рис. 1).

Кожна група банківських установ Китаю виконує певні функції. Так, перед *Державними комерційними банками* поставлено вкрай важливе завдання – фінансова підтримку процесу реформ в Китаї.

Таблиця 1

Етапи розвитку новітньої банківської системи КНР

Період дії	Коротка характеристика
1 етап (1980-1990 рр. XX ст.)	З початку 1980-х років КНР вступила у фазу швидкого економічного зростання, що супроводжувалося посиленням її позицій у світовій економіці. У межах економічних реформ Держрада Китаю ухвалила рішення закріпити за НБК функції центрального банку країни, а функції комерційних банків виконували чотири незалежні (проте державні) комерційні банки (так звана «велика четвірка»): Банк Китаю (Bank of China (BOC)), Будівельний банк Китаю (China Construction Bank (CCB)) (у вересні 2004 р. – став акціонерним комерційним), Сільськогосподарський банк Китаю (Agricultural Bank of China (ABC)), Промисловий та комерційний банк Китаю (ICBC) (Industrial and Commercial Bank of China (ICBC))
2 етап (1990-2000 рр. XX ст.)	На цьому етапі відмінено державні «кредитні плани», зменшено державне втручання у розподіл кредитних ресурсів, часткове дерегулювання процесу допуску в галузь (створення нових банків), часткове дерегулювання процентних ставок і поступове посилення вимог щодо звітності та норм пруденційного нагляду. У 1995 р. було ухвалено закони «Про центральний банк» та «Про комерційні банки». Ухвалення цих законів, по суті, завершило процес перетворення Народного банку Китаю у справжній центральний банк, який є підзвітним лише Держраді КНР, і ознаменувало повний перехід до дворівневої банківської системи. Для виконання цільових завдань уряду було створено три спеціалізовані політичні банки (банки розвитку). Банки розвитку, за задумом, повинні були узяти на себе проекти, які раніше фінансували банки Великої четвірки (Державний банк розвитку Китаю, Імпортно-експортний банк Китаю, Банк Китаю із розвитку сільського господарства)
3 етап (2000-і рр. і дотепер)	У державі швидко почали створюватися все нові акціонерні комерційні банки (Транспортний банк, Промисловий банк CITIC, Банк Гуанда, Китайська банківська корпорація Міньшен, Торговий Банк Китаю, Шанхайський банк розвитку Пудун, Шеньчженський банк розвитку тощо). У створенні цих банків помітну роль відігравали місцеві органи влади, що було пов'язане з проблемами фінансування проектів місцевого значення після отримання незалежності державними комерційними банками. У 2003 р., після вступу Китаю до Світової організації торгівлі, частину наглядових функцій НБК було передано новоствореній Комісії з регулювання банківської діяльності. Разом з тим, відкриття банківського сектору іноземному капіталу дозволило залучити в банківський сектор країни найбільші світові банківські установи (Citigroup, ING Group, Goldman Sachs, Bank of America, UBC, Royal Bank of Scotland тощо)

Джерело: Складено з використанням [3; 5; 7]

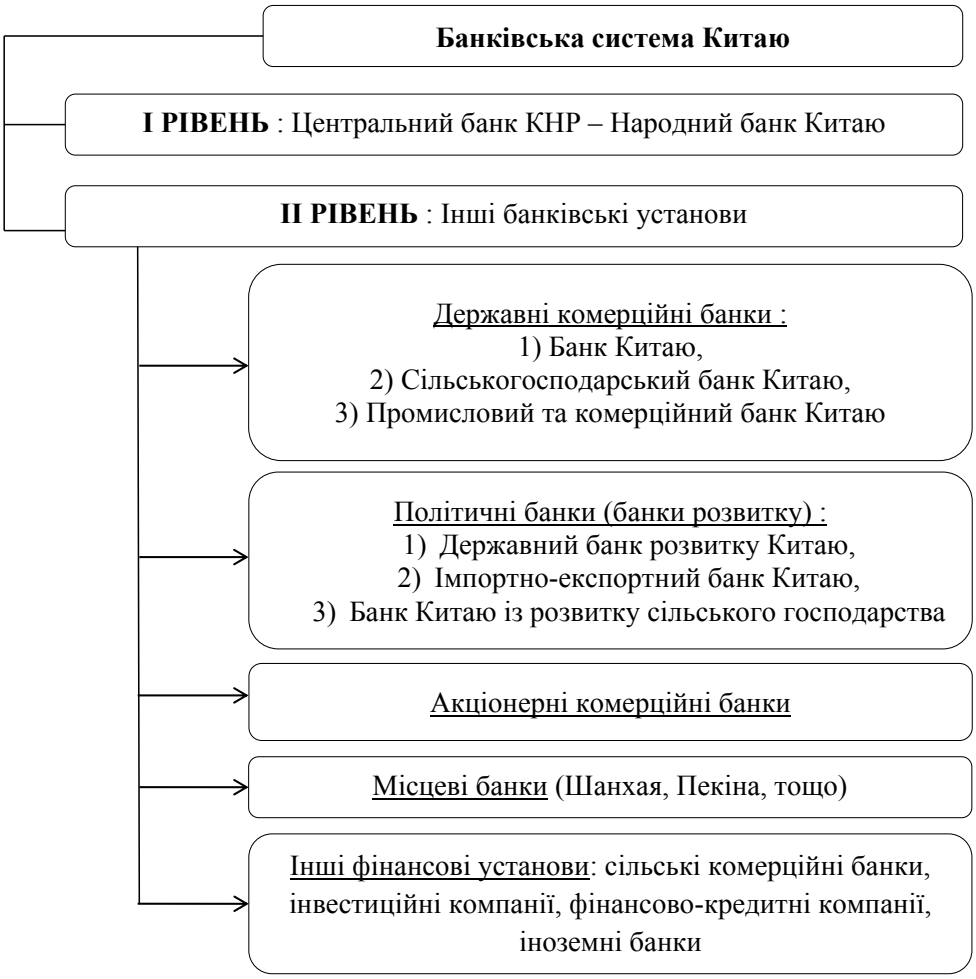


Рис. 1. Структура банківської системи Китайської Народної Республіки

Джерело: Побудовано авторами

Банки розвитку – це спеціалізовані банки, що з'явилися як один із заходів щодо прискорення комерціалізації державних комерційних банків і сьогодні видають грошові кошти для підтримання державної економічної політики. Діючи на принципах планового управління, беззбитковості та цільового акумулювання і використання коштів, вони не ставлять своєю метою рентабельність.

Наприклад, Державний банк розвитку Китаю переважно кредитує затверджені державою програми у сфері виробництва, Імпортно-експортний банк Китаю кредитує експорт великого обладнання, а також виробів машинобудування та електроніки, а Банк Китаю із розвитку сільського господарства в основному здійснює фінансові операції, пов'язані із проведенням державної сільськогосподарської політики (розпоряджається бюджетними коштами, що спрямовують на підтримку аграрного сектору).

Комерційні банки Китаю, відповідно до Закону КНР «Про комерційні банки» від 10 травня 1995 року (нова редакція від 27 грудня 2003 року), мають право займатися деякими або усіма видами операцій [4]:

1) акумуляція грошових вкладів населення;
2) надання коротко-, середньо- і довготермінових позик;
3) забезпечення внутрішнього і міжнародного розрахункового обслуговування;
4) облік векселів;
5) випуск облігацій;
6) емісія, інкасування та андеррайтинг державних облігацій;
7) торгівля державними облігаціями;
8) здійснення міжбанківських грошових переказів до запитання;
9) проведення операцій або надання агентських послуг з іноземною валютою;
10) надання акредитивів та гарантій;
11) надання агентських послуг у грошові збори, оплати товарів і страхування;
12) надання банківських сейфів для зберігання цінностей;
13) здійснення інших видів діяльності, дозволених Народним Банком КНР.

Відповідно до законодавства КНР, комерційні банки працюють самостійно та беруть на себе відповідальність за всі можливі ризики, при-

бутки і збитки, а також використовують саморегулюючий механізм управління, заснований на принципах економічної доцільності, безпеки і ліквідності. Дотримання законів комерційним банком є предметом контролю і керівництва з боку Народного банку КНР.

Головним завданням *місцевих банків* є надання кредитів для підтримання та розвитку інфраструктури міста, а *інших фінансових установ* – виконання тих функцій, які передбачені специфікою діяльністю тієї чи іншої установи (наприклад, інвестиційні компанії – використання свого капіталу для інвестування в інші компанії).

Китайські банки сьогодні відомі у цілому світі та успішно конкурують із провідними світовими фінансовими установами. Станом на 2016 рік у рейтингу найбільших банків світу (рейтинг складено на основі підрахунку суми активів) лідируючі позиції займають банки Піднебесної.

Можна виділити певні особливості побудови банківської системи КНР [1]:

1) консервативний підхід до створення нових акціонерних комерційних банків;

2) одночасне функціонування і розвиток різних видів банківських установ, у тім числі основних державних банків, великих акціонерних, місцевих, сільських, політичних (банків розвитку) тощо. Кожна із груп банківських установ має свої цілі та функції, а дві третини від їхньої кількості – це сільські комерційні банки.

3) незважаючи на функціонування три потужні державні банки, в країні підтримується «здорове» конкурентне середовище на ринку банківських продуктів. Більше того, частка монополії цих банків з кожним роком зменшується;

4) відсутній національний режим для іноземних банківських установ, що дало змогу уникнути так званого ефекту «збирання вершків» (cherry-picking), коли сильніший іноземний банк може створити значну конкуренцію вітчизняним установам на слабкому ринку.

Основними законодавчими актами, які регулюють діяльність банківського сектору в Китаї, є:

– Закон КНР «Про Народний банк КНР» від 18 березня 1995 року (нова редакція від 27 грудня 2003 року)»;

– Закон КНР «Про комерційні банки» від 10 травня 1995 року (нова редакція від 27 грудня 2003 року);

– Закон КНР «Про банківське регулювання і контроль» від 27 січня 2003 року (нова редакція від 31 жовтня 2006 року).

До 2003 року усі функції щодо нагляду у банківському секторі виконував лише Народний банк Китаю, але після проведеної у 2003 році банківської реформи частину наглядових повноважень передано новоствореному регулятору – Комітету із регулювання банківської діяльності (далі – КРБД).

Розподіл наглядової та монетарної платформ банківського регулювання мало на меті мінімізувати можливий конфлікт інтересів, пов'язаний з мікро- і макрорегулюванням, та продемонструвати незалежність банківського регулювання і нагляду, а заразом підвищити ринкову дисципліну й ефективність управління операційними та фінансовими ризиками (хоча фактично КРБД підзвітний Держраді КНР) [2].

Незважаючи на інституційне розмежування регулятивних функцій, НБК виконує роль системного регулятора, тоді як функцію кредитора останньої інстанції – китайський уряд. При цьому банківське регулювання, яке де-юре входить до сфери відповідальності КРБД, де-факто стало лише його частковою функцією.

Водночас, відповідно до згаданого вище законодавства, Народний банк КНР повинен здійснювати нагляд за фінансовими установами та їхніми операціями, щоб підтримувати законне, стабільне і правильне функціонування фінансової галузі.

Цей регулятор, відповідно до визначених правил, приймає рішення щодо створення, реорганізації, закриття та визначення масштабів комерційної діяльності фінансової установи. Народний банк КНР в будь-який час здійснює перевірку, аудит і нагляд за вкладами, кредитами, розрахунками, а також має право вимагати від фінансових установ надання балансового звіту, розрахунків прибутків і збитків та інших фінансових і бухгалтерських звітів й матеріалів, згідно з діючими правилами. У таблиці 2 відображено політико-економічні рівні банківського регулювання в КНР.

Нагляд за валютною системою НБК здійснює через Державну валютну адміністрацію (State Administration of Foreign Exchange, SAFE). Відзначимо також, що в Китаї є орган, що здійснює страхування депозитів у разі банкрутства банків на мікрорівні. Крім того, функціями банківського регулювання наділені також [2]:

– Міністерство фінансів Китаю (Ministry of Finance of the People's Public of China) – у частині реалізації загальнодержавної фінансової політики, регулювання на макрорівні, а також координації взаємодії між філіями та дочірніми банками іноземних банків і місцевими регулювальниками);

– Комісія з розвитку і реформи (National Development and Reform Commission) – у частині регулювання тарифів на послуги кредитних організацій);

– Комісія з нагляду і управління державними активами (State-owned Assets Supervision and Administration Commission) – у частині контролю за банками з державною часткою.

Будучи формально незалежними, всі вказані структури фактично підпорядковані одному органу – Держраді КНР, що володіє широкими економічними та політичними повноваженнями, у тому числі щодо визначення стратегії розвитку і структури фінансового сектору та його трансформаційних механізмів. Конфігу-

Таблиця 2

Політико-економічні рівні банківського регулювання в Китаї [2]

Рівень регулювання	Характеристики
I рівень	Нова редакція Законодавства, введена в дію Держрадою Китаю в частині банківського регулювання і нагляду : Закон КНР «Про Народний банк КНР» від 18 березня 1995 року (нова редакція 27 грудня 2003 року)»; Закон КНР «Про комерційні банки» від 10 травня 1995 року (нова редакція від 27 грудня 2003 року); Закон КНР «Про банківське регулювання і контроль» від 27 січня 2003 року (нова редакція від 31 жовтня 2006 року)
II рівень	Регуляторна політика КРБД (ґрунтується на законодавстві Китаю в частині банківського регулювання і нагляду (див. I рівень)), у тому числі: середньотермінова політика (пруденційний нагляд); довготермінова політика (контроль за станом фінансового ринку, конкуренцією на фінансовому ринку, стресостійкістю кредитних інститутів; захист інтересів вкладників, а також зміцнення довіри інвесторів та споживачів фінансових продуктів/послуг)
III рівень	Інструкції, правила і вказівки КРБД в частині поточної взаємодії з учасниками фінансового ринку щодо питань регулювання банківської діяльності, в тому числі регулювання банківських продуктів/послуг, корпоративної етики та етики ведення бізнесу, корпоративного управління, а також низки запитань технологічного процесу операційної діяльності
IV рівень	Механізм моніторингу і контролю КРБД за заходами китайських банків відповідно з інструкціями, правилами і вказівками КРБД (див. III рівень), а за необхідності – надсилання банкам в усній формі додаткових роз'яснень, інформації про подальші регулятивні наміри, а також інформації про можливі ризики для банківського сектору

рація регулятивного моноцентризму, що склалася у поєднанні із системою багатоінституційного контролю за станом банківського сектора і моніторингу динаміки банківської діяльності, є фундаментом забезпечення фінансової стабільності за умов масштабності економіки Китаю.

Комісія з регулювання банківської діяльності розробила низку рекомендацій щодо впровадження Базеля III (яке планувалося на початок 2012 року). Але станом на сьогодні міжнародні регулятори ще не прийшли до єдиної думки щодо кількох головних наглядових стандартів.

Народний банк Китаю провів дослідження щодо того, як запровадження Базеля III вплине на китайські банки. Центральний банк Китаю доклав значних зусиль для поліпшення структури банківського капіталу та ліквідності банківської системи, запровадивши диференційовані норми резервування, щоб відобразити відхилення обсягів кредитування від цілей економічного розвитку, розробивши динамічний механізм із забезпечення втрат за наданими позиками, поліпшивши нагляд за системно важливими фінансовими інституціями та вдосконаливши корпоративне управління й управління ризиками у банках. Китай і надалі братиме участь у реформуванні міжнародної фінансової системи, вноситиме поправки і пропонуватиме відповідні правила й положення, а також посилить координацію монетарної політики з метою забезпечення повного впровадження норм Базеля III [8].

Висновки. Метою реформування банківської системи КНР є забезпечення стабільності у фінансовій сфері, зміцнення грошового обігу, підвищення ефективності діяльності банківських установ тощо. Сьогодні китайські банки успішно виконують покладені на них функції, вони стали активним інструментом уряду в реалізації програми модернізації економіки країни.

Загалом банківська система Китаю успішно перейшла від командно-адміністративної економіки до ринкової з притаманною їй китайською специфікою. У процесі проведення банківських реформ КНР вирішила низку таких завдань, як реорганізація та реструктуризація банківських установ, удосконалення банківського нагляду, застосування у банківській практиці міжнародних стандартів, зміцнення законодавчої бази тощо.

В умовах глобалізаційних змін економіка Китаю займає провідне місце на міжнародній арені, саме тому подальше удосконалення банківського регулювання для республіки є надзвичайно важливим та потребує комплексного вирішення. КНР повинна так проводити реформи у фінансовій сфері, щоб при цьому зберегти усі особливості східної культури та підходу до управління загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Верников А.В. Сравнение институциональной структуры банковских систем России и Китая / А.В. Верников // Деньги и кредит. 2014. № 11. С. 20–28.
2. Джагитян Э.П. Реформа банковского регулирования в Китае: особенности регулятивного континуума и системные риски // Деньги и кредит. 2014. № 12. С. 51–62.
3. Жуджунь Дин, Ковалев М.М., Новик В.В. Феномен экономического развития Китая: Научное издание. Мн.: Издательский центр БГУ, 2008. 446 с.
4. Закон «О коммерческом банке» Принят на 13-й сессии Постоянного комитета Восьмого народного съезда 10 мая 1995 года. URL: http://asia-business.ru/law/law2/bank/tradingbank/
5. Олійник О. Реформа банківської системи Китаю в процесі ринкової трансформації економіки країни (30-ти річний досвід) / О. Олійник // Китайська цивілізація: традиції та сучасність: Зб. ст. К., 2009. С. 5257.
6. Офіційний сайт Народного Банку Китаю. URL: http://www.pbc.gov.cn/
7. Рубцов Б.Б. Опыт финансовых реформ КНР / Б.Б. Рубцов //Вестник Финансовой академии. 2008. № 3(47). С. 16–33.
8. Центральний банк і грошово-кредитна політика : підручник / М.І. Крупка, Є.М. Андрущак, Н.Г. Пайтра та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М.І. Крупки. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 526 с.

УДК 369.04:339.924(477)

ФІНАНСИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ

FINANCES OF SOCIAL PROTECTION IN THE CONTEXT OF THE EUROPEAN CHOICE OF UKRAINE

Тропіна В.Б.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Переяслав-Хмельницький державний педагогічний
університет імені Григорія Сковороди

У статті представлено дослідження теоретико-прикладних аспектів системи фінансового забезпечення соціального захисту населення в Україні в контексті євроінтеграційних процесів. Окреслено проблеми державного фінансування соціальних видатків через різні рівні бюджетної системи країни. Обґрунтовано пріоритетні напрями розвитку соціального захисту населення в Україні, що полягають у побудові комплексної системи, яка дасть змогу збалансувати фінансові ресурси на всіх рівнях та в усіх формах соціального захисту населення і підвищити національні соціальні стандарти та їхнє фінансове забезпечення до рівня норм і стандартів, закріплених в актах МОП та Європейського Союзу.

Ключові слова: *соціальний захист, фінанси соціального захисту, державне фінансування соціальних видатків, євроінтеграція.*

В статье представлено исследование теоретико-прикладных аспектов системы финансового обеспечения социальной защиты населения в Украине в контексте евроинтеграционных процессов. Обозначены проблемы государственного финансирования социальных расходов через различные уровни бюджетной системы страны. Обоснованы приоритетные направления развития социальной защиты населения в Украине, предусматривающие построение комплексной системы, которая позволит сбалансировать финансовые ресурсы на всех уровнях и во всех формах социальной защиты населения и повысить национальные социальные стандарты и их финансовое обеспечение до уровня норм и стандартов, закрепленных в актах МОТ и Европейского Союза.

Ключевые слова: *социальная защита, финансы социальной защиты, государственное финансирование социальных расходов, евроинтеграция.*

The article presents a study of the theoretical and applied aspects of the system of financial provision of social protection of the population in Ukraine in the context of European integration processes. The problems of state financing of social expenditures through various levels of the country's budget system are indicated. The priority directions of the development of social protection of the population in Ukraine have been substantiated, consisting in the construction of an integrated system that will allow to balance financial resources at all levels and in all forms of social protection of the population and will raise national social standards and their financial provision to the level of norms and standards enshrined in the documents of the ILO and the European Union.

Key words: *social protection, social protection finance, public financing of social expenditures, eurointegration.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Європейський вибір України передбачає необхідність створення умов для набуття членства в Європейському Союзі шляхом масштабного впровадження загальноєвропейських норм і стандартів до законодавства та системи державного управління. Наріжним каменем функціонування сучасної держави, де реалізація соціальних пріоритетів стоїть на першому місці, є соціальний захист населення. Стратегія соціальної політики держав – членів Європейського Союзу спрямована на забезпечення сталого рівня життя населення, підвищення рівня зайнятості, зменшення нерівності в доходах, посилення соціального захисту населення і подолання бідності.

Визнання Україною стратегічним пріоритетом орієнтацію на євроінтеграцію та європейську модель соціального захисту зумовлює необхідність реалізації конструктивних підходів до реформування вітчизняної системи соціального захисту та його фінансового забезпечення для максимально можливого їх наближення до відповідних загальноєвропейських норм і стандартів. Виходячи із цього, актуальним є визна-

чення основних напрямів реформування системи соціального захисту та його фінансового забезпечення в Україні в контексті євроінтеграційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблема фінансування соціального захисту населення завжди перебувала та перебуває у центрі уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема, це такі вчені, як: Н. Болотіна, Н. Борецька, О. Гаманкова, С. Деверо, С. Корецька, Е. Лібанова, М. Мальований, А. Реут, В. Скуратівський та ін.

Незважаючи на значний доробок вітчизняних та зарубіжних дослідників, європейський вибір України вимагає теоретичного обґрунтування та практичного вирішення питань, пов'язаних із необхідністю приведення базисних умов національної системи соціального захисту населення в України у відповідність із загальноєвропейськими нормами і стандартами, що зумовило вибір теми дослідження.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Мета статті – обґрунтування напрямів реформування системи фінансового забезпечення соціального захисту населення в Україні на засадах, які б відповідали загальноприйнятим принципам, нормам і стандартам європейських країн.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Оскільки в процесі дослідження соціального захисту науковці розглядають його із різних точок зору (економічної, соціальної, політичної, правової тощо), виклад основного матеріалу потребує уточнення понять «соціальний захист» та «фінанси соціального захисту», які є базовими у цьому дослідженні.

Нині в економічній теорії та практиці не існує сталого визначення поняття «соціальний захист», що зумовлено різноманітними підходами з боку дослідників до його трактування. Ґрунтовний аналіз наявних у вітчизняних та зарубіжних наукових дослідженнях підходах до проблеми встановлення дефініції «соціальний захист» здійснено в монографії М. Мальованого, який дав змогу автору згрупувати ці підходи так:

– соціальний захист як функція держави (суспільства);

– соціальний захист як комплекс (сукупність) дій, заходів, методів, гарантій, прав, інститутів тощо;

– соціальний захист як система інститутів, заходів, гарантій, засобів тощо;

– соціальний захист як діяльність (підтримка) держави;

– соціальний захист як інститут [1, с. 47–53].

Варто, на погляд автора цієї статті, погодитися з думкою тих науковців, які вважають, що соціальний захист слід розглядати з інституціонального погляду з використанням елементів системного підходу, визначаючи його як систему соціальних інститутів та інституцій, що забезпечують формування безпечного середовища для життєдіяльності й розвитку людини.

Вся діяльність суб'єктів соціального захисту здійснюється через його форми. У науковій літературі є різні підходи до визначення основних форм соціального захисту населення, проте більшість науковців включає до їх числа соціальне страхування, соціальне забезпечення та соціальну допомогу або їх комбінацію. Автор притримується думки, що соціальний захист складається з трьох основних форм: соціального забезпечення; соціального страхування; соціальної допомоги.

Оцінювання стану системи соціального захисту передбачає аналіз його структури, яка включає такі елементи: цілі й мету діяльності; функції та принципи; суб'єкти та об'єкти; сфери регулювання; форми реалізації соціального захисту.

Необхідною умовою успішного виконання соціальним захистом своїх функцій є своєчасне та повне фінансове забезпечення усіх соціальних виплат та програм. На сучасному етапі розвитку досліджень із даної тематики існує велика розбіжність поглядів на сутність фінансового забезпечення соціального захисту, його місце у фінансовій системі, визначення джерел та порядку формування і використання фінансових ресурсів тощо.

Правомірною, на думку автора, є точка зору науковців [2–4], які визначають фінанси соціального захисту населення як систему грошових відносин розподільчого характеру, в процесі яких за рахунок податків та спеціальних внесків формуються централізовані та децентралізовані фонди фінансових ресурсів, які в подальшому використовуються на фінансування соціальних виплат.

Найвагомішим джерелом фінансових ресурсів, які спрямовуються на фінансове забезпечення соціального захисту в Україні, як і в більшості країн світу, є державні централізовані фонди, що включають у себе державний та місцеві бюджети. Важливою особливістю національної системи фінансового забезпечення соціального захисту за рахунок коштів публічних фінансів є те, що значна кількість програм соціального захисту фінансується за рахунок коштів місцевих бюджетів. Держава делегувала органам місцевого самоврядування значну кількість повноважень соціального спрямування, переклавши на них їхнє часткове або повне фінансове забезпечення. За умов хронічної нестачі фінансових ресурсів у місцевих бюджетах ці програми часто є недофінансованими, тому подальша децентралізація фінансового забезпечення соціального захисту потребує реформування міжбюджетних відносин для

формування адекватної моделі його фінансування та управління.

В останні роки в багатьох країнах світу, зокрема і в Україні, спостерігається послаблення соціальної ролі держави, що викликано, насамперед, кризою державних фінансів. Відбувається скорочення державних соціальних програм або зменшення їх фінансування. Більшу вагу починає відігравати соціальне страхування, зокрема недержавне. За таких умов оптимального фінансового забезпечення соціального захисту можна досягнути лише за гармонійного розвитку усіх форм соціального захисту, що ніяк не повинно позначитися на соціальній захищеності громадян України. Пошук шляхів вирішення проблеми фінансування соціального захисту в контексті євроінтеграційних процесів повинен бути спрямований, насамперед, на оптимальний перерозподіл фінансових ресурсів у системі соціального захисту, а не на подальше скорочення його програм.

Незважаючи на поступовий перехід економіки України до нової системи соціально-економічних відносин, логіка побудови соціального захисту залишається в основних своїх рисах незмінною й орієнтованою на заохочення заслуг перед державою, соціальну підтримку лише окремих категорій населення та розгалужену систему пільг, які зовсім не пов'язані з рівнем матеріального добробуту домогосподарств. Підтримка такої системи соціального захисту, яка здебільшого функціонує на принципах солідарності та субсидування, вимагає значних фінансових ресурсів, що в умовах складних соціально-економічних та демографічних проблем як у світі, так і в Україні стає непосильним тягарем для економіки країни.

Сьогодні в Україні назріла нагальна потреба щодо реформування діючої системи соціального захисту населення, що є надзвичайно складним завданням. Це зумовлюється тим, що, з одного боку, в процесі реформування потрібно зменшити розмір соціальних видатків для скорочення навантаження на економіку країни, а з іншого – реформування системи соціального захисту повинно відбуватися без зменшення доступу громадян до гарантованих державою прав та без обмеження можливостей населення користуватися безоплатними соціальними послугами. Крім того, європейський вибір країни вимагає максимально можливого наближення базисних умов соціального захисту населення до відповідних міжнародних норм і стандартів, закріплених в актах МОП та Європейського Союзу.

В умовах зростання кількості соціальних програм та пільг, розширення кола осіб, які мають право на їх отримання, та підвищення усіх соціальних стандартів в Україні спостерігається стрімке зростання соціальних видатків. За 1996–2015 рр. у середньому щороку витрати на соціальний захист в Україні зростали на 26 798,6 млн. грн., або на 19,57%. Протягом досліджуваного періоду зменшення витрат порівняно з попереднім роком спостерігалося лише у 1998 р., коли загальний розмір соціальних видатків зменшився на 793,8 млн. грн. порівняно з 1997 р. В усі інші роки спостерігається їх поступове зростання, яке в 2015 р. сягнуло 526 816,1 млн. грн. Найбільші темпи приросту соціальних видатків спостерігаються у періоди 2000–2002 рр., 2004–2005 рр. та в 2008 р. Таке зростання пояснюється, насамперед, збільшенням розмірів пенсійних виплат. Також протягом досліджуваного періоду спостерігалося значне зростання видатків на охорону здоров'я та інші соціальні програми внаслідок підвищення основних соціальних стандартів (прожитковий мінімум, мінімальна заробітна плата), які безпосередньо впливають на потребу у фінансових ресурсах [5; 6].

Водночас таке динамічне зростання соціальних витрат відбувалося не лише під впливом розширення соціальних програм та допомог, а й під тиском інфляційних процесів у країні. Незважаючи на щорічне зростання номінальних розмірів витрат на соціальний захист протягом досліджуваного періоду, реальне їх зростання було значно менше. Отримані результати свідчать про те, що збільшення соціальних витрат в Україні здебільшого перекриває лише зростання цін, що, звісно, негативно позначається на реальному розмірі соціальних допомог та виплат [1, с. 189].

Попри значні розміри соціальних видатків багато соціальних програм та допомог в Україні фінансується вкрай незадовільно. Окремі види соціальних допомог у деякі роки зовсім не фінансувалися або їхні розміри у законодавчому порядку зменшувалися, оскільки у державному бюджеті України на це не вистачало коштів.

В Україні багато соціальних допомог та пільг запроваджуються без визначення конкретних джерел фінансування, що призводить до розпорошення державних фінансових ресурсів та вкрай низької ефективності їх використання. Особливо це стосується розгалуженої системи пільг, значна частина яких надається у натуральній формі або у вигляді послуг. Чинне законодавство України, що регулює соціальний захист, передбачає надання 125 видів пільг 116 категоріям громадян. За оцінками різних експертів, загальна вартість задекларованих у чинному законодавстві пільг становить від 3,8 до 5,8 млрд. дол. на рік, проте реально фінансується лише незначна їх частина [7]. Пільги та допомоги в Україні до того ж надаються населенню без перевірки нужденності. Протягом 1996–2015 рр. таку перевірку здійснювали лише 2–7% усіх соціальних допомог. Слід відзначити, що у цілому в ЄС близько 10% допомог надаються з перевіркою отримувачів на нужденність. По країнах ЄС найбільше таких допомог у 2014 р. було в Ірландії (31,1%) та Данії

(35,7%) [8]. В Україні це призводить до того, що значна частина фінансових ресурсів спрямовується на виплату соціальних допомог та пільг населенню, яке цього не потребує з огляду на достатній рівень їхнього доходу. Якщо в країнах ЄС вона становить близько 50% соціальних трансфертів, спрмованих на бідні верстви населення, то в Україні цей показник трохи вище 19% [9]. Унаслідок цього у структурі загальних доходів населення близько 40% становлять різноманітні соціальні трансферти, що є занадто обтяжливим для економіки країни.

Частка витрат на соціальний захист у ВВП України завжди була доволі високою, що притаманно більшості розвинених кран світу. В останні роки за цим показником Україну випереджає лише одна країна ОЕСР – Франція. За 1996–2015 рр. середня частка соціальних витрат у ВВП в Україні становила 29,49%, тоді як, за даними МОП, у середньому на фінансування соціального захисту витрачається 17,2% світового ВВП. Слід відзначити, що такий високий рівень витрат, що спрямовується з ВВП країни на соціальні цілі, сприяв тому, що сформована система соціального захисту в Україні за своїми параметрами та принципам повністю відповідає як Конвенції про мінімальні норми соціального забезпечення № 102 [10], так і Європейському кодексу соціального забезпечення [11].

Разом із тим варто зауважити, що високу частку соціальних видатків у структурі ВВП не завжди можна розглядати як ознаку високого рівня соціального захисту. Ця теза чітко характеризує ситуацію, яка склалася з фінансами соціального захисту в Україні. Незважаючи на те що частка соціальних видатків у ВВП України в 2015 р. становила 26,6%, розмір соціальних витрат на душу населення в Україні є доволі низьким. Серед 35 країн за розміром соціальних витрат на душу населення Україна знаходиться на 32-му місці із середнім показником за досліджуваний період 1925,6 дол. за паритетом купівельної спроможності. Наприклад, у Польщі цей показник становить 3 781,3 дол., Естонії – 3 258,6 дол., Чехії – 4 959,5 дол. Найбільший розмір має Люксембург – 18 642,2 дол., що у дев'ять разів більше, ніж в Україні. У 2015 р. Україна за рівнем соціальних витрат на душу населення випереджає лише Туреччину, Чилі та Мексику [12].

Проведений аналіз засвідчив, що, незважаючи на високу частку соціальних витрат у ВВП, їх абсолютний розмір є доволі низьким порівняно з країнами ЄС, ОЕСР та деякими країнами СНД. Водночас поряд із низькими розмірами соціальних витрат в Україні існує чимало проблем фінансового забезпечення соціального захисту, які пов'язані зі структурою фінансових джерел та ефективністю фінансового забезпечення соціального захисту.

Не менше значення, ніж джерела фінансування соціального захисту, має й використання наявних фінансових ресурсів. Система соціальних виплат охоплює усі види державних та приватних соціальних програм, які спрямовані на підтримку різних категорій населення у разі виникнення такої потреби під впливом соціальних ризиків.

Розпорошення державних фінансових ресурсів та складна економічна ситуація в країні прямо впливають на розмір основних державних соціальних стандартів: прожиткового мінімуму, мінімальної пенсії, мінімальної заробітної плати. Протягом 2000–2017 рр. в Україні поліпшилася ситуація з розмірами основних державних соціальних стандартів, проте вони й надалі залишаються занадто низькими по відношенню до основних рекомендацій МОП. Зокрема, частка найманих працівників, які отримують заробітну плату, нижчу за середню в Україні, становить близько 70% усіх працівників. Унаслідок низького розміру як мінімальної, так і середньої пенсії в Україні більше 80% пенсіонерів належать до категорії бідних.

Фінансове забезпечення соціального захисту також слід аналізувати з погляду досягнення його цілей. Слід відзначити, що кожна окрема соціальна програма передбачає досягнення своїх конкретних цілей, що дає змогу оцінити ефективність їх фінансування не лише у цілому по країні, а й по окремих регіонах. Водночас усі цілі окремих соціальних програм передбачають досягнення основних цілей системи соціального захисту населення: зменшення рівня бідності, зростання доходів населення, скорочення нерівності та підвищення тривалості життя.

Зменшення бідності – одна з основних цілей соціального захисту та всього соціально-економічного розвитку будь-якої сучасної держави. В Україні, незважаючи на значні темпи зростання соціальних видатків, основні цілі щодо зниження показників бідності не були досягнуті. Ці показники, які планувалося знизити до 2010 р. до 21,5% (рівень бідності за відносним критерієм) та 3% (рівень крайньої бідності), залишилися невиконаними, що свідчить про низьку ефективність прийнятих державних програм і фінансового забезпечення соціального захисту в цілому. Погіршення соціально-економічних умов в останні роки призвели до того, що з 2014 р. знову спостерігалося погіршення відповідних показників. Наприклад, якщо у 2014 р. за межею фактичного прожиткового мінімуму перебувало 28,6% населення, то в 2015 р. значення зросло до 58,3%, тобто майже вдвічі [13].

У цілому можна зробити висновок, що сучасні тенденції фінансового забезпечення соціального захисту в Україні не відповідають тим викликам, які ставить перед суспільством її нинішнє соціально-економічне та демографічне становище, а також необхідність вирішення завдань, пов'язаних з євроінтеграційними процесами.

Стратегія соціально-економічного розвитку України чітко декларує європейський вибір

держави, що передбачає створення умов для набуття членства в Європейському Союзі шляхом масштабного впровадження загальноєвропейських норм і стандартів до законодавства та системи державного управління. Євроінтеграція – це не просто партнерство та взаємовигідне співробітництво, вона не обмежується зовнішньополітичними аспектами, бо передбачає істотні внутрішні перетворення згідно з прийнятими інтеграційною спільнотою стандартами. Країна, яка проголошує прагнення стати складовою частиною цього простору, мусить передусім довести свою спроможність дотримуватися цих норм і стандартів, намагається бути чинником підтримання соціально-економічної стабільності в регіоні, підвищення конкурентоспроможності цього об'єднання на міжнародній арені, джерелом нових перспектив соціально-економічного та політико-гуманітарного розвитку регіону [14, с. 210].

Незважаючи на те що система соціального захисту є національною, будується з урахуванням рівня економічного розвитку держави, специфіки соціально-демографічного складу населення, історичних і національно-культурних традицій, функціонує на основі внутрішньодержавного правопорядку, жодна країна не може ігнорувати того факту, що саме право на соціальний захист, його базисні умови мають відповідати міжнародним стандартам, які покликані гарантувати гідне життя кожній людині у разі настання відповідних соціальних ризиків незалежно від статі, віку, тривалості перебування у певній країні.

Після визнання стратегічним пріоритетом орієнтацію на євроінтеграцію та європейську модель соціального захисту держава для підтримки фінансової стійкості системи соціального захисту, пом'якшення все нових соціальних протиріч та реалізації заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом намагається змінити її інституціональну структуру. Проводиться реформування системи соціального захисту шляхом зростання у ній частки страхових відносин, які є більш адекватними ринковим соціально-економічним умовам та забезпечують розподіл матеріальної відповідальності щодо компенсації та мінімізації соціальних ризиків на максимальну можливу кількість учасників. Водночас ціла низка чинників, серед яких – значна кількість пільг, великий дефіцит Пенсійного фонду України, низька довіра населення до фінансових установ, загострення демографічної ситуації тощо, не дає змоги швидко змінити наявну структуру, що може негативно позначитися у майбутньому.

В останні роки у більшості розвинених країн світу відбувається реформування систем соціального захисту шляхом зменшення частки державних ресурсів у загальних соціальних витратах та підвищення ролі загальнообов'язкового державного та добровільного приватного соціального страхування. Незважаючи на світові тенденції, в Україні рівень державного фінансування протягом досліджуваного періоду залишається відносно сталим. У середньому за 1996–2015 рр. частка державних коштів у загальній сумі фінансових ресурсів, що була спрямована на соціальний захист, становила близько 41,93% [15].

Останнім часом більшість країн світу намагаються все більше залучати до фінансування соціальних виплат приватні кошти через різноманітні недержавні фонди соціального страхування, робота яких базується на накопичувальному принципі. Необхідність таких структурних перетворень виникла як під тиском ускладнення демографічної ситуації (тільки під дією цього чиннику, за підрахунками Європейської Комісії, витрати на соціальний захист у найближчі два десятиліття зростуть на 4–8% у структурі ВВП), так і в результаті негативної економічної ситуації у світі. За оцінками експертів рейтингового агентства Standart&Poor's, за незмінної політики щодо умов фінансування соціального захисту (а саме високої частки державних коштів) до 2050 р. розміри державного боргу Німеччини, Португалії, Франції, Греції, Польщі, Чехії можуть перевищити 200% ВВП [16, с. 187]. Усе це зумовлює пошук нової стратегії розвитку і фінансування соціального захисту. За сучасних умов вона повинна базуватися, перш за все, на інвестиційних та конкурентних механізмах формування доходів населення.

У табл. 1 представлено структуру видатків на соціальний захист за функціями в Україні та країнах ЕС у цілому. Зокрема, в Україні частка витрат на виплату соціальних допомог по старості становить 42,7% (2014 р.), що свідчить про те, що в країні склалася складна ситуація з демографічним навантаженням, тобто спостерігається щорічне зростання частки населення віком 60 років і старше в загальній кількості населення країни. Водночас в Україні менше уваги, всупереч міжнародним стандартам, приділяють іншим незахищеним верствам населення. У цілому найбільша частка всіх фінансових ресурсів (80,2% у 2015 р.) в Україні спрямовується на фінансування соціальних допомог людям похилого віку та на охорону здоров'я, що негативно позначається на результативності інших соціальних програм унаслідок дефіциту коштів.

Однією з основних причин наявності значної кількості проблем з фінансуванням соціального захисту населення в Україні, на думку автора, є його структура, де превалює розподільчий принцип і переважна частина фінансових ресурсів акумулюється та розподіляється між різними формами соціального захисту, його видами, програмами переважно централізовано через систему державного фінансування.

Проблему дефіциту фінансового забезпечення соціальних виплат неможливо вирішити

Таблиця 1

Видатки на соціальний захист за функціями

Функції	Роки																	
	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС
Допомога у зв'язку із захворюваннями, медичним обслуговуванням та інвалідністю	21,3	37,6	19,5	37,8	18,8	37,4	19,5	37,3	19,0	36,6	18,9	36,3	19,2	34,9	17,3	35,4	17,5	37,3
Пенсії за віком та допомога постраждалим у різних трагедіях	66,3	45,7	69,4	45,7	68,8	44,7	67,4	45,0	67,1	45,2	66,4	45,7	64,7	48,4	66,2	48,1	64,7	45,2
Допомога сім'ям та дітям	6,9	8,1	6,9	8,1	8,0	8,1	9,0	8,0	9,8	8,6	10,3	8,4	11,2	10,2	11,2	10,3	9,3	8,6
Допомога по безробіттю	1,8	5,0	1,7	5,0	2,1	6,2	1,8	6,0	2,1	5,8	1,6	5,6	1,8	3,5	1,6	3,1	1,6	4,8
Допомога на житло та зменшення наслідків соціальної ізоляції	3,7	3,6	2,5	3,4	2,3	3,6	2,3	3,7	2,6	3,8	2,8	4,0	3,1	3,0	3,7	3,0	6,9	4,1
Усього витрати на соціальний захист	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Джерело: показники по Україні: Національні рахунки соціального захисту (НРСЗ) України: Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України; Соціальний захист населення: Статистичний збірник / Державна служба статистики України; Національні рахунки охорони здоров'я (НРОЗ) України: Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/. Показники по ЄС. URL: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupDownloads.doe.

лише на основі значного підвищення рівня доходів. Вона потребує розроблення цілісної системи фінансового забезпечення соціальної підтримки населення. Кінцевим результатом змін повинно стати створення трирівневої системи соціального захисту населення в Україні, де перший рівень покликаний забезпечувати мінімальний рівень соціального захисту та бути доступним для всіх верств населення. Другий рівень повинен базуватися на основних принципах, що нині закладені у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування. Третій рівень повинен базуватися виключно на принципах накопичувального страхування та, крім соціальної

функції, виконувати й економічну – сприяти розвитку економіки держави шляхом інвестиційної діяльності.

Сьогодні найбільшого реформування, на думку автора, потребує система державного соціального забезпечення, у рамках якої здійснюється фінансування соціальних допомог (пільг) за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів. Формування нової концепції розвитку як самої системи соціального захисту, так і її фінансового забезпечення відповідно до загальноєвропейських норм і стандартів об'єктивно вимагає перегляду всього спектру державних соціальних допомог (пільг) та їх джерел фінансування.

Головною метою змін на цьому рівні соціального захисту є оптимізація фінансових виплат за рахунок як скорочення невластивих державній системі соціального захисту соціальних допомог (пільг) шляхом їх ліквідації або переведення на інші джерела фінансування (включення у систему загальнообов'язкового державного соціального страхування або переведення на добровільне страхування), так і підвищення ефективності використання коштів у межах наявних соціальних програм.

Пріоритетними завданнями щодо реформування першого рівня системи соціального захисту в Україні повинні бути: створення загальної системи соціального моніторингу, оцінки та планування соціальних державних видатків; монетизація соціальних пільг; децентралізація системи соціальних послуг, що в кінцевому підсумку повинно створити умови для підвищення рівня соціальних стандартів та їхнього фінансового забезпечення в Україні до загальноєвропейського.

Міністерством соціальної політики розроблено План заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, з іншої сторони, на 2014–2019 рр. з урахуванням змін, внесених Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 21.06.2017 № 503-р, який містить комплекс заходів, спрямованих на посилення соціального захисту і передбачає: модернізацію системи соціального страхування для підвищення ефективності управління, вдосконалення механізму призначення страхових виплат, забезпечення фінансової стабільності фондів соціального страхування; заходи щодо посилення адресності надання пільг, тобто запровадження механізмів надання пільг окремим категоріям громадян за соціальною ознакою з урахуванням їх доходів; реалізацію пілотного проекту Світового банку «Модернізація системи соціальної підтримки населення» щодо залучення до зайнятості непрацюючих працездатних одержувачів допомоги малозабезпеченим сім'ям; вивчення й аналіз міжнародного досвіду (держав – членів ЄС) щодо запровадження методів вимірювання інвестиційного ризику, процесів управління ризиком і розподілу стратегічних активів, забезпечення фінансової стабільності пенсійної системи; опрацювання змін до законодавства для вдосконалення сфери пенсійного забезпечення [17].

Отже, європейський вибір України зумовлює необхідність реформування вітчизняної системи соціального захисту для максимально можливого її наближення до відповідних загальноєвропейських норм і стандартів. На жаль, незважаючи на те що більшість конвенцій МОП у сфері соціального забезпечення була ратифіковані Україною, зафіксовані в них стандарти не набули характеру обов'язковості, вони лише враховуються (тобто беруться за орієнтири) під час удосконалення вітчизняного законодавства. Це можна вважати причиною того, що за сучасного стану законодавства існує невідповідність розмірів пенсій і виплат вимогам міжнародних і загальноєвропейських стандартів, які, як наголошувалося, передбачають мінімальні соціальні норми і нормативи. У контексті зазначеного справедливою є теза стосовно того, що специфіка та особливості розвитку нашої держави не дають змоги автоматично перенести загальновизнані міжнародні акти із соціального захисту населення до законодавства України, адже вони розраховані на розвинені та стабільні ринкові відносини. Трансформація соціального захисту населення України з урахуванням набутого світового досвіду потребує особливого підходу за зміни принципів її побудови виходячи з реалій розвитку. Водночас здійснений у роботі аналіз наявної в країні системи фінансового забезпечення соціального захисту населення дає підстави зробити висновок, що Україна визнає міжнародні, загальноєвропейські стандарти в соціальній сфері, але не вживає достатніх заходів для їх практичної реалізації. Але європейський вибір України зумовлює необхідність реалізації конструктивних підходів до реформування вітчизняної системи соціального захисту та механізму його фінансового забезпечення.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведене дослідження дало змогу дійти висновку, що сучасні тенденції фінансового забезпечення

соціального захисту в Україні не відповідають тим викликам, які ставить перед суспільством її нинішнє соціально-економічне та демографічне становище, а також необхідність вирішення завдань, пов'язаних з євроінтеграційними процесами. Європейський вибір України зумовлює необхідність реформування вітчизняної системи соціального захисту для максимально можливого її наближення до відповідних загальноєвропейських норм і стандартів.

Докорінного реформування потребує система державного соціального забезпечення, у рамках якої здійснюється фінансування соціальних допомог (пільг) за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів. Формування нової концепції розвитку системи соціального захисту вимагає перегляду всього спектру державних соціальних допомог (пільг) та джерел їх фінансування. Пріоритетними завданнями в контексті зазначеного повинні бути: створення загальної системи соціального моніторингу, оцінки та планування соціальних державних видатків; монетизація соціальних пільг; децентралізація системи соціальних послуг, що в кінцевому підсумку повинно створити умови для підвищення рівня соціальних стандартів та їхнього фінансового забезпечення в Україні до загальноєвропейського.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мальований М.І. Фінансові аспекти функціонування системи соціального захисту населення в Україні: монографія. Умань: СПД Сочінський, 2016. 496 с.
2. Болотіна Н.Б. Право соціального захисту України: навч. посіб. К.: Знання, 2005. 615 с.
3. Борецька Н.П. Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми. Донецьк: Янтра, 2001. 352 с.
4. Скуратівський В.А., Палій О.М. Основи соціальної політики: навч. посіб. К.: МАУП, 2002. 200 с.
5. Система соціального забезпечення в Україні у 2014–2015 рр. і після: у напрямку ефективних мінімальних рівнів соціального захисту / Міжнародна організація праці; Група технічної підтримки з питань гідної праці та Бюро МОП для країн Центральної та Східної Європи. Будапешт: МОП, 2016. URL: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_504530.pdf.
6. Статистичний збірник «Соціальний захист населення України». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.
7. System of Social Protection and Social Procurement in Ukraine. Real Status and Reform Prospects. K.: Centre for Public Expertise, 2009. 104 p.
8. PovcalNet: an online analysis tool for global poverty monitoring. The World Bank. URL: http://iresearch.worldbank.org/PovcalNet/index.htm.
9. Корецька С. Еволюція наукових поглядів на потреби у трудовій діяльності та мотивації. Держава та регіони. 2006. № 5. С. 147–150.
10. Конвенція про мінімальні норми соціального забезпечення № 102: Міжнародна організація праці; Конвенція, Міжнародний документ, Класифікація від 28.06.1952 № 102. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/993_011.
11. Європейський кодекс соціального забезпечення (переглянутий) (ETS № 139). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_329.
12. Статистичні дані OECP. URL: http://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=SOCX_AGG&lang=en.
13. Комплексна оцінка бідності в Україні та регіонах за 2010–2015 рр. Аналітична записка. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, 2016. 16 с.
14. Мехед Н.Г., Маренич А.І. Наслідки євроінтеграції: соціальний аспект. Фінансовий простір. 2013. № 4(12). С. 209–214.
15. Реут А.Г. Система державної соціальної допомоги в Україні: сучасні виклики та вплив на бідність. Демографія та соціальна економіка. 2015. № 1(23). С. 44–54.
16. Корецька С.О. Соціальна політика України: теорія, методологія, механізми реалізації: монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2010. С. 445.
17. План заходів Мінсоцполітики України з реалізації Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. URL: http://www.msp.gov.ua/content/plan-zahodiv-minsocpolitiki-shchodo-implementacii-ugodi-pro-asociaciyu.html? PrintVersion.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.659

АНАЛІЗ НАЯВНИХ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ РУХУ ТА ОБРОБКИ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ANALYSIS OF EXISTENT APPROACHES TO THE ORGANIZATION OF MOVEMENT AND PROCESSING OF ACCOUNTING INFORMATION AT THE ENTERPRISE

Акімова Т.В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Національна металургійна академія України (м. Дніпро)

Бережна Л.В.
магістрант,
Національна металургійна академія України (м. Дніпро)

У статті зроблений аналіз наявних підходів до організації руху та обробки облікової інформації на підприємстві. Під час дослідження виявлено, що вибір підходу до організації руху та обробки облікової інформації на підприємствах – одне з основних та важливих завдань. Виокремлено такі науково-теоретичні підходи, як системний, функціональний, предметний, процесний, ситуаційний, інтеграційний, динамічний, редукційний, уніфікований, комплексний та синергічний. Розкрито сутність вказаних підходів, їх переваги та недоліки.
Ключові слова: *облікова інформація, рух, обробка, організація, наукові підходи.*

В статье проанализированы существующие подходы к организации движения и обработки учетной информации на предприятии. Во время исследования выявлено, что выбор подхода к организации движения и обработки учетной информации на предприятиях – одна из основных и важных задач. Выделены следующие научно-теоретические подходы: системный, функциональный, предметный, процессный, ситуационный, интеграционный, динамический, редукционный, унифицированный, комплексный и синергетический. Раскрыта суть указанных подходов, их преимущества и недостатки.
Ключевые слова: *учетная информация, движение, обработка, организация, научные подходы.*

The article analyses existent approaches to the organization of movement and processing of accounting information at the enterprise. During the research, it is found out that selection of an approach to the organization of movement and processing of accounting information at enterprises is one of the main and important tasks. The following scientific-theoretical approaches are distinguished: system, functional, objective, process, situational, integration, dynamic, reductive, unified, complex, and synergetic. The essence of mentioned approaches, their advantages and disadvantages are revealed.
Key words: *accounting information, movement, processing, organization, scientific approaches*

Постановка проблеми. Динамічність змін економіки держави та зовнішніх і внутрішніх умов господарювання підприємств зумовлює потребу у джерелі, котре повно, своєчасно та достовірно відображає господарські процеси й забезпечує можливість прийняття актуальних управлінських рішень [1, с. 3]. Таким джерелом є облікова інформація. При цьому якість управлінських рішень залежить великою мірою від організації руху та обробки такої облікової інформації на підприємстві. Отже, якісно розроблена та методично обґрунтована побудова системи організації руху та обробки облікової інформації є запорукою успішного економічного та соціального розвитку підприємства.

Враховуючи постійне реформування вітчизняної економічної системи, системи законодавства щодо обліку господарської діяльності підприємств, важливим фактором побудови методично обґрунтованої системи організації руху та обробки облікової інформації на під-

приємстві є вибір підходу до створення такої системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми визначення сутності облікової інформації, методології її формування, організації руху та обробки, використання в управлінні діяльністю підприємств знайшли певне висвітлення у працях вітчизняних та зарубіжних учених, таких як М.Т. Білуха, М.І. Бондар, Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович, С.В. Гушко, В.П. Завгородній, А.Г. Загородній, В.В. Євдокимов, В.І. Єфіменко, Т.І. Єфіменко, С.В. Івахненков, Л.М. Кіндрацька, М.В. Кужельний, Ю.А. Кузьмінський, С.О. Левицька, В.Г. Лінник, Л.Г. Ловінська, Н.М. Малюга, Р.І. Мачуга, Є.В. Мних, В.О. Осмятченко, О.М. Петрук, М.С. Пушкарь, С.В. Свірко, В.В. Сопко, Г.В. Федорова, М.Г. Чумаченко, А.В. Шайкан, В.Г. Швець. Велика кількість науковців розглядає наукові підходи до створення інформаційної системи управління підприємством. Серед них такі вчені, як А.М. Кузьмінський, С.А. Кузнецова, С.В. Глівенко, І.В. Гордієнко, Є.В. Лапін, М.Г. Луцький, Л.Г. Макаренко, І.О. Нетреба, І.І. Новаківський, О.О. Павленко, Т.В. Федак, І.Я. Кулиняк, О.В. Перелигіна та інші. Незважаючи на те, що основним складником інформаційної системи управління підприємством є система організації руху та обробки облікової інформації, науковцями майже не розглядаються підходи саме до організації руху та обробки облікової інформації.

Тому доцільним є дослідити наявні наукові підходи до інформаційної системи управління підприємством, що пропонуються в літературних джерелах, з погляду застосування їх для організації руху та обробки облікової інформації на підприємстві. Цьому присвячене це дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз наявних наукових підходів до організації руху та обробки облікової інформації на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Вивчення літературних джерел щодо цієї тематики дає змогу виокремити такі науково-теоретичні підходи, як системний, функціональний, предметний, процесний, ситуаційний, інтеграційний, динамічний, редукційний, уніфікований, комплексний та синергічний.

Більшість авторів переважну увагу приділяють системному підходу, який полягає в тому, що в допустимих межах система досліджується як єдиний організм з урахуванням як внутрішніх зв'язків між окремими елементами, так і зовнішніх зв'язків з іншими системами й об'єктами [2, с. 33; 3]. Тобто системний підхід до проектування інформаційних систем полягає у поділі усієї системи на підсистеми (декомпозиція системи) і врахування під час її розроблення не тільки властивостей конкретних підсистем, але й зв'язків між ними [4, с. 58].

Деякі автори виділяють інтеграційний підхід – це спосіб інтеграції окремих складників системи в одну систему, що підтримує узгоджену і цілеспрямовану їх взаємодію, забезпечуючи високу ефективність функціонування всієї інформаційної системи на підприємстві [5, с. 28]. Тобто інформаційна система розглядається як багатокомпонентна система, в якій кожен компонент доповнює інший. На наш погляд, такий підхід можна ототожнити з системним підходом: його сутність коротко можна виразити як спосіб інтеграції окремих складників системи в одну систему.

Сутність функціонального підходу полягає в тому, що створення системи організації та обробки облікової інформації підпорядковується послідовності певних функцій управління, що визначені для досягнення поставленої цілі [6, с. 121]. У системі менеджменту у сучасних наукових працях виділяються такі основні функції, як планування, організація, мотивація, контроль. За допомогою інформаційного забезпечення обліковою інформацією конкретних функцій управління виконуються конкретні управлінські процеси на підприємстві.

Процесний підхід передбачає забезпечення обліковою інформацією не окремих функцій управління, а наскрізних бізнес-процесів [7, с. 117]. Бізнес-процеси, успішна реалізація яких сприяє підвищенню економічної ефективності діяльності підприємства, мають бути основним об'єктом уваги керівництва під час упровадження інформаційних систем, оскільки є думка серед науковців, що лише інформатизація наскрізних бізнес-процесів здатна зробити управлінські рішення ефективним та необхідним інструментом в управлінні діяльністю підприємством.

Якщо розглядати діяльність будь-якої системи, зокрема й інформаційної, з урахуванням її залежності від впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, з урахуванням необхідності пристосування діяльності підприємств до змін ринкових умов та необхідності на них реагувати, на противагу універсальним підходам до створення інформаційної системи управління на підприємствах виникає ситуаційний підхід. Ситуаційний підхід передбачає адаптацію усіх систем (у тому числі й облікових інформаційних систем) до конкретних ситуацій. Найефективнішою у конкретній ситуації буде та система організації та обробки облікової інформації, яка найбільше відповідатиме ситуації, тобто буде максимально адаптованою до неї.

Створення ефективної системи організації та обробки облікової інформації на підприємстві, як і будь-якої інформаційної системи, – це складний динамічний процес, що є результатом неперервного руху інформаційних потоків облікової інформації. Тому низка науковців формулюють так званий динамічний підхід [8, с. 121]. Тобто інформаційну систему необхідно розглядати в динаміці. Створюючи та вдосконалюючи

систему організації та обробки облікової інформації, необхідно враховувати фактори, що вимагають динамічного її розвитку: науково-технічний прогрес, зміни потреб виробничого процесу, демографічні зміни, зміни в структурі галузі або ринку, інноваційні процеси, зміни засобів оброблення інформації та потреб її споживачів тощо. На нашу думку, динамізм у створенні ефективної системи організації та обробки облікової інформації на підприємстві радше можна віднести до принципів створення такої системи, ніж до наукових підходів.

Редукційний підхід до створення інформаційних систем [8, с. 129] полягає у приведенні складного (множинного) до більш простого вигляду. Він забезпечує спрощення масштабних за кількістю та множиною вхідних потоків інформації на рівень доступної для розуміння звітності в умовах безкінечної множини даних, що опрацьовує інформаційна система суб'єкта господарювання. Технологічний підхід полягає у використанні сучасних комп'ютерних технологій для організації руху та обробки облікової інформації.

Уніфікований підхід полягає у формування уніфікованої моделі організації руху та обробки облікової інформації для конкретної групи підприємств [9, с. 48–50]. Для впровадження такого підходу необхідна класифікація підприємств і організацій з виявленням спільних галузевих та інших рис діяльності. Такий підхід розглядається в літературі для бюджетних установ.

Комплексний підхід [10, 11] повинен враховувати та поєднувати різнобічні аспекти (технічні, технологічні, економічні, соціальні, екологічні, організаційні, політичні, психологічні та інші), тобто забезпечувати єдність усіх складників, які не можуть реалізовуватися відокремлено.

Сьогодні з урахуванням реалій української економіки на практиці на підприємствах до управління переважно застосовується предметний підхід, який полягає в удосконаленні об'єктів чи систем [12, с. 135-136]. Стосовно інформаційної системи – удосконалення здійснюється шляхом доопрацювання наявної системи за результатами маркетингових досліджень, аналізу науково-технічного прогресу в цій області, зауважень і пропозицій споживачів. Недоліком такого підходу є постійне відставання від новітніх розробок у галузі ІТ-технологій та ін.

Окрім традиційних підходів до створення інформаційної системи управління підприємством у фаховій літературі розглянутий синергічний підхід щодо організації руху та обробки облікової інформації [9; 13].

Синергічний підхід передбачає видалення з інформаційних систем бухгалтерського обліку та управління та їх елементів всього зайвого й надлишкового, комплексне врахування різних рівнів і форм зв'язків між цими елементами й упорядкування процесів формування та надання облікової інформації користувачам, залишення лише найефективніших та оптимальних процесів [9, с. 7].

Використання цього підходу, за словами автора, уможливлює спроможності системи бухгалтерського обліку оперативно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі, можливість формування і надання облікової інформації з урахуванням наявних та ймовірних інформаційних потреб користувачів, узгодженість руху інформаційних потоків у межах кожного суб'єкта господарювання [13, с. 3].

Висновки. Отже, вибір підходу до організації руху та обробки облікової інформації на підприємствах – одне з основних та важливих завдань. Наявна кількість та неоднозначне тлумачення сутності запропонованих у літературних джерелах підходів спонукає до необхідності поглибленого дослідження питання щодо вибору підходу до організації руху та обробки облікової інформації.

Зважаючи на унікальність кожного підприємства, його організаційної структури, виду та структури його діяльності, не може йтися про єдиний підхід організації руху та обробки облікової інформації для всіх підприємств. Доцільним було би поєднання різних підходів в умовах конкретних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Боцян Т.В. Облік і внутрішній контроль діяльності підприємств в умовах використання комп'ютерних технологій: управлінський аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Т.В. Боцян. К., 2005. 23 с.

2. Новаківський І.І. Інформаційні системи у менеджменті: системний підхід: навч. посіб. / І.І. Новаківський, І.І. Грибик, Т.В. Федак. 2-е вид., перероб. і доп. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 260 с.

3. Гушко С.В. Напрямки та змістовне навантаження внутрішніх інформаційних потоків обліково-аналітичної системи управління підприємством / С.В. Гушко // Незалежний аудитор. URL: http://npv.n-auditor.com.ua/ua/zmist-zhurnalu-npv-1/item/254.html

4. Осмятченко В.О. Бухгалтерський облік в умовах застосування інформаційних технологій: монографія / В.О. Осмятченко. К.: КНЕУ, 2010. 263 с. (17,46 друк. арк.)

5. Босак А.О. Технологія зовнішньоекономічних операцій і міжнародні інформаційні системи: навч. посіб. / А.О. Босак, О.Ю. Григор'єв, Р.Д. Бала. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2009. 180 с.

6. Гордієнко І.В. Інформаційні системи і технології в менеджменті: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / І.В. Гордієнко. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2003. 259 с.

7. Нетреба І.О. Процесний підхід до впровадження інформаційних систем управління на підприємствах машинобудування / І.О. Нетреба // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. К., 2011. № 121/122. С. 116–119.

8. Береза А.М. Основи створення інформаційних систем: навч. посіб. / А.М. Береза. 2 вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2001. 214 с.

9. Кузнецова С.А. Організація облікової інформації в управлінні діяльності суб'єктів господарювання: монографія / С.А. Кузнецова. Мелітополь: «Видавничий будинок ММД», 2008. 224 с.

10. Скрипник М.Є. Концептуальні основи організації облікового процесу на підприємстві / М.Є. Скрипник. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v4/NV-2012-v4_61.pdf

11. Кривець Ю.М. Організація інформаційної системи забезпечення бухгалтерського обліку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Ю.М. Кривець. К., 2013. 22 с.

12. Осовська Г.В. Основи менеджменту: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. Видання 3-є, перероблене і доповнене. К.: Кондор, 2008. 664 с.

13. Кузнецова С.А. Синергія облікової інформації в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / С.А. Кузнецова. К., 2013. 22 с.

УДК 657.6

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

IMPROVEMENT OF TAX AUDIT MECHANISM AT THE ENTERPRISE

Вареник В.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних фінансів,
обліку та оподаткування
Університету імені Альфреда Нобеля

Трінеева О.Д.
магістрантка кафедри міжнародних фінансів,
обліку та оподаткування
Університету імені Альфреда Нобеля

Розглянуто алгоритм проведення аудиту оподаткування за допомогою анкетування для підприємства. Запропонована анкета для проведення аналізу податкового аудиту для підприємства. Надана шкала оцінки аналізу податкового аудиту для підприємства одним експертом. Подані результати проведення анкетування для аналізу податкового аудиту на підприємстві. Розглянуто основні проблемні питання, які зазначили експерти на аналізованому підприємстві. Обґрунтовано доцільність використання запропонованого алгоритму.

Ключові слова: *оподаткування, податковий аудит, підприємство, алгоритм, анкетування, експертна оцінка*

Рассмотрен алгоритм проведения аудита налогообложения с помощью анкетирования для предприятия. Предложена анкета для проведения анализа налогового аудита для предприятия. Представлена шкала оценки анализа налогового аудита для предприятия одним экспертом. Представлены результаты проведения анкетирования для анализа налогового аудита на предприятии. Рассмотрены основные проблемные вопросы, которые отметили эксперты на анализируемом предприятии. Обоснована целесообразность использования предложенного алгоритма.

Ключевые слова: *налоговый аудит, предприятие, алгоритм, анкетирование, экспертная оценка.*

An algorithm of tax audit using questionnaires for the enterprise is considered. A questionnaire for analysing tax audit for the enterprise is proposed. A scale of assessment of tax audit analysis for the enterprise by one expert is presented. Results of a questionnaire for the analysis of tax audit at the enterprise are submitted. The main problematic issues discussed by the experts for the enterprise under study are considered. The expediency of using the proposed algorithm is substantiated.

Key words: *taxation, tax audit, enterprise, algorithm, questionnaire, expert evaluation.*

Постановка проблеми. Упровадження в економіку України ринкових відносин, її інтеграція у світовий економічний простір, вплив проявів глобальної економічної кризи, недостатня наповнюваність державного бюджету спричинили суттєві зміни у бухгалтерському та податковому обліку, системі оподаткування, а також в аудиті (прийняття національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, поступовий перехід певних груп суб'єктів господарювання до обов'язкового застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності, запровадження Міжнародних стандартів аудиту та затвердження як національних, набрання чинності Податковим кодексом України). Реформування податкової системи України, часто суперечливе нормативне регулювання, нові аспекти податкових розрахунків і відображення їх в обліку та звітності (фінансовій і податковій) значною мірою вплинули на методику та організацію аудиту взагалі та аудиту оподаткування підприємств зокрема, його види і роль у контексті загальної системи податкового контролю та податкового адміністрування, значення для клієнтів.

З огляду на вищевикладене, вирішення потребує проблема проведення аудиту оподаткування, вдосконалення його механізму на підприємствах та виокремлення й обґрунтування основних напрямів роботи аудитора під час проведення аудиту оподаткування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми проведення аудиту оподаткування

дедалі частіше привертають увагу як зарубіжних, так і вітчизняних учених.

Питанню необхідності розроблення, винесення на обговорення у середовищі українських експертів із подальшим можливим направленням до Міжнародної федерації бухгалтерів (МФБ) проекту стандарту по типу Положення з міжнародної практики аудиту з робочою назвою «Розгляд податкових питань під час аудиту фінансової звітності» присвячене дослідження О.І. Малишкіна [1]. Питанню сутності планування і змісту основних етапів аудиторської перевірки системи оподаткування та податкової звітності підприємств присвячене дослідження О.А. Петрик [1].

Питанням причин та переваг, за якими платники податків зацікавлені у проведенні перевірок податкової звітності саме незалежними аудиторами, обґрунтування необхідності внесення змін у наявну нормативну базу аудиту та створення окремого методичного забезпечення аудиту податків присвячене дослідження Н.М. Круглої [3]. Питанням розкриття суті та ролі аудиту оподаткування в сучасних умовах господарювання підприємств в Україні; визначення його мети, завдань, функцій, законодавчого регулювання та порядку організації присвячене дослідження О.А. Петрик. [4]

В основному автори досліджують Закон України «Про публічні закупівлі» станом на 10.12.2016 р. [3]. Питання пошуку українського шляху стосовно електронних державних закупівель досліджували О. Шатковський і Г. Файвеш [1]. Питання подальшого розвитку системи електронних державних закупівель на шляху до інтеграції з ЄС досліджував В. Чабан [6].

Але аналіз спеціалізованої літератури показав, що питання системи електронних державних закупівель досліджено недостатньо і потребує детального вивчення та надання рекомендацій щодо його удосконалення та розроблення нових механізмів здійснення.

Постановка завдання. Для вирішення окресленого кола питань на основі узагальнення світового наукового та практичного досвіду щодо механізму здійснення аудиту оподаткування проведемо аналіз сучасних підходів до здійснення аудиту оподаткування на основі вивчення теоретичних та оцінки практичних аспектів досліджуваної проблематики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час проведення аудиторських перевірок оподаткування підприємств аудитори найчастіше використовують вибірковий метод аудиту для скорочення обсягу робіт та зменшення їх вартості.

Застосування вибіркового аудиту зумовлено певними причинами:

– значною трудомісткістю аудиту, особливо у разі виконання локальних завдань аудиту звітності підприємств корпоративного сектору;

– певною обмеженістю аудитора в часі, тобто аудит повинен бути завершений в обумовлені у договорі строки.

Використання вибіркових досліджень дає змогу аудиторам дійти висновків за дослідженням лише частини операцій та подій, здійснених підприємством.

Задля удосконалення аудиту оподаткування запропоновано використання вибіркової перевірки, яка дає змогу аудитору значно зменшити обсяг роботи і підвищити конкурентоспроможність аудиторської фірми. Крім того, аудитор має бути впевнений, що його висновки, сформульвані за результатами вибіркового обстеження, відповідають реальному фінансовому становищу економічного суб'єкта, який перевіряється.

Однією з найпростіших форм дослідження результатів системи внутрішнього аудиту є анкети. Вони застосовуються для перевірки підприємств, які передбачають перелік традиційних основних питань про суб'єкти і прийоми аудиту з відповіддю «так» чи «ні».

У практичній діяльності з метою оцінки внутрішнього аудиту виділяється перелік ключових запитань.

Найпростіша форма анкети передбачає перелік запитань про суб'єкти й об'єкти контролю, на які дається відповідь «так» чи «ні». Під час використання анкет аудитору необхідно дотримуватися їх повної послідовності.

Недоліком анкет є їх узагальненість. Вона не містять оцінки слабких місць системи внутрішнього контролю.

Здебільшого оцінка системи внутрішнього контролю базується на основних контрольних завданнях, що розробляються аудиторськими фірмами і входять до програми аудиту. Аудитор може внести зміни до цих програм залежно від умов діяльності клієнта. За результатами цих запитань із їх змінами аудитор оцінює систему внутрішнього контролю.

Нами запропонований алгоритм проведення аудиту оподаткування за допомогою анкетування для підприємства (рис. 1).

Алгоритм складається з чотирьох основних етапів.

На першому етапі проводиться анкетування серед експертів – надається експертна оцінка, тобто експерти відповідають на запропоновані в анкеті питання про стан оподаткування на підприємстві. Розроблена анкета представлена в табл. 1.

До експертів належать: керівник підприємства, головний бухгалтер з його заступником та керівник відділу внутрішнього аудиту із заступником.

Кожному з них має бути роздана анкета та проведена детальна інструкція щодо її заповнення. Обов'язково має бути оголошена мета, з якою проводиться це анкетування.

На другому етапі розподіляються бали за відповідною шкалою (табл. 2).

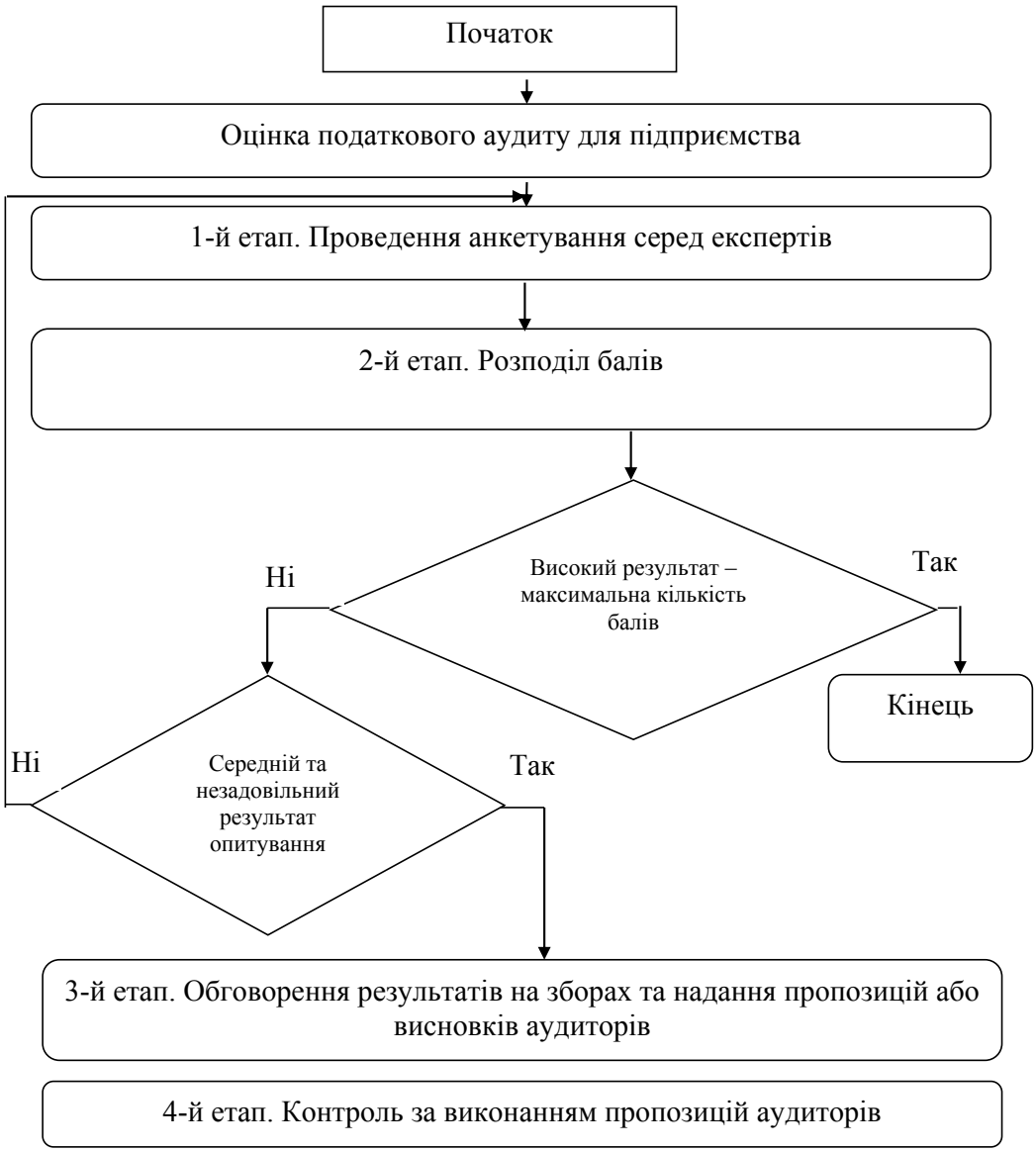


Рис. 1. Алгоритм проведення аудиту оподаткування за допомогою анкетування для підприємства

Метод бальної оцінки дає змогу розподілити показники, які обрані для аналізу, і присвоїти їм відповідні бали у діапазоні від 1 до 3.

Цей метод відносно простий і заснований на думці провідних фахівців-експертів. Рейтинг встановлюється за системою показників як сума балів. Можливий діапазон оцінки від 1 до 3, де:

– 1 – значення показників менше нормативного рівня;

– 2 – значення показників перебувають на нормативному рівні;

– 3 – значення показників перевищують встановлені або теоретично обґрунтовані нормативи.

Як бачимо з табл. 2, за результатами анкетування можливо отримати 3 рівні оцінки. Перший – високий, коли анкета отримала від 8 до 12 балів. Другий – середній, коли анкета отримала від 4 до 7 балів. Низький – коли експерти поставили найнижчі оцінки, від 0 до 3.

На другому етапі, коли проставлені бали і відбувається оцінка результатів, можливі два варіанти сценарію. Якщо анкета отримала високий результат – максимальну кількість балів, то оцінка припиняється, результат позитивний. Якщо анкета отримала середній та незадовільний результат опитування, то переходимо до третього етапу.

На третьому етапі відбувається обговорення результатів на зборах та надання пропозицій або висновків аудиторів.

Під час переходу до третього етапу має бути зібрана нарада, на якій кожен з опитуваних у анкеті обґрунтує свою позицію та за допомогою колективного рішення будуть прийняті заходи щодо вдосконалення проведення податкового аудиту.

Таблиця 1

Запропонована анкета для проведення аналізу податкового аудиту для підприємства

Питання	Кількість балів	Максимально можливе
Чи проводиться податковий аудит на підприємстві?		3
Чи оцінюється податковий ризик і чи вдається керівництво до адекватного ведення податкового обліку?		3
Чи є у керівництва підстави для перекручення фінансової звітності?		3
Чи діє на підприємстві система внутрішнього контролю оподаткування?		3
Чи узгоджений розподіл прав, обов'язків і відповідальності під час проведення податкового аудиту?		3
Чи вдається керівництво до правильності ведення податкового обліку?		3
Чи проводиться контроль податкового обліку з боку вищих керівників?		3
Чи регулярно проводиться перевірка податкового обліку?		3
Чи правильно оформлені документи податкової звітності?		3
Чи існує спеціальний орган внутрішнього контролю оподаткування?		3
Чи проводиться навчання для працівників, що займаються веденням податкового обліку?		3
Чи відповідає кваліфікаційний рівень працівників займаній посаді?		3

Таблиця 2

Шкала оцінки аналізу податкового аудиту для підприємства одним експертом

Оцінка рівня	Значення узагальнюючого показника	Характеристика
Високий	8–12	Результат анкетування характеризується позитивною оцінкою експертів
Середній	4–7	Показники можуть мати тимчасову негативну оцінку експертів
Низький	0–3	Характеризується суттєвою низькою оцінкою експертів

Четвертий етап – це контроль за виконанням пропозицій аудиторів. На останньому етапі проводиться контроль за дотриманням та виконанням прийнятих рішень на нараді щодо вдосконалення проведення податкового обліку.

Для запровадження такого виду анкетування для проведення аудиту оподаткування нами було проведено опитування на підприємстві. Анкету заповнювали чотири експерти. Результати представлені в табл. 3.

Результати анкетування показали, що під час заповнення чотирьома експертами максимально можлива кількість балів для одного питання становить 12. Нами було проведене опитування за три минулі роки і прогноз на 2018 рік, для того щоб спрогнозувати можливості використання цього методу для аудиту оподаткування на підприємстві. Результати підрахунку балів (табл. 3) показали, що у 2015 році аудит оподаткування набрав 102 бали, у 2016 році – 113, у 2017 році – 131 бал. І прогноз на 2018 рік показав, що за підвищення ефективності управління системою оподаткування на підприємстві можливо підвищити оцінку до 144 максимально можливих балів (рис. 2).

Основними проблемними питаннями, про які зазначили експерти на аналізованому підприємстві, є:

– контроль податкового обліку з боку вищих керівників не є повністю задовільним. Тобто керівництво не приділяє достатньо уваги проблемам податкового обліку, які виникають на підприємстві;

– керівництво не вдається до правильності ведення податкового обліку на підприємстві. Тобто воно покладає повну відповідальність щодо правильності ведення податкового обліку на працівників бухгалтерії та їх безпосереднього керівника;

– оцінка податкового ризику на підприємстві ведеться недостатньо добре, керівництво не приймає достатньої участі у веденні податкового обліку;

– у керівництва є підстави для перекручення даних податкової звітності, оскільки заповнення різних статей фінансової звітності є доволі заплутаним, і не кожний керівник зможе правильно оцінити стан підприємства без допомоги працівника бухгалтерії;

– перевірка є доволі регулярною, та не завадило би частіше проводити незаплановані

Рис. 2. Результати проведення анкетування для аналізу податкового аудиту на підприємстві

Таблиця 3

Результати проведення анкетування для аналізу податкового аудиту на підприємстві

Займане місце	Питання	Оцінка аналогічних показників у 2015 р.	Оцінка аналогічних показників у 2016 р.	Кількість набраних балів у 2017 р.	Очікувані показники у 2018 р.
1	Чи проводиться контроль податкового обліку з боку вищих керівників?	7	8	9	12
2	Чи вдається керівництво відповідного рівня до правильності ведення податкового обліку?	7	8	9	12
3	Чи оцінюється податковий ризик і чи вдається керівництво до адекватного ведення податкового обліку?	6	9	10	12
4	Чи є у керівництва підстави для перекручення фінансової звітності?	9	9	10	12
5	Чи регулярно проводиться перевірка податкового обліку?	10	10	11	12
6	Чи відповідає кваліфікаційний рівень працівників займаній посаді?	8	9	11	12
7	Чи проводиться навчання для працівників, що займаються веденням податкового обліку?	8	9	11	12
8	Чи узгоджений розподіл прав, обов'язків і відповідальності під час проведення податкового аудиту?	7	9	12	12
9	Чи проводиться податковий аудит на підприємстві?	8	9	12	12
10	Чи діє на підприємстві система внутрішнього контролю?	9	10	12	12
11	Чи правильно оформлені документи податкової звітності?	11	11	12	12
12	Чи існує спеціальний орган внутрішнього контролю?	12	12	12	12
Разом експертна оцінка		102	113	131	144

перевірки, під час яких можна було б виявляти більше недопрацювань та посилити контроль над правильністю ведення податкового обліку;

– кваліфікаційний рівень не всіх працівників відповідає займаній посаді, деякі працівники потребують додаткового навчання задля виконання своїх обов'язків на рівні професіоналів;

– недостатньо регулярним є проведення навчання для працівників бухгалтерії, які займаються оподаткуванням.

На основі проведеного порівняння експертної оцінки між 2015, 2016 та 2017 роками можна дійти позитивного висновку. З кожним роком показники зростали або мали ті самі значення, зменшення показників у ці роки не спостерігалося, що є досить позитивним результатом. Проблеми, які існували у 2015 та 2016 роках, були частково або повністю вирішені у 2017 році. У 2018 році прогнозується вирішення всіх питань та ведення системи оподаткування на максимально високому рівні. Керівники відділів пообіцяли приділити якомога більше уваги оподаткуванню та розібратись з існуючими проблемами.

В середньому за 2017 рік аналізоване підприємство набрало 10,916 балів. Таким чином, результати експертної оцінки показали, що аудит оподаткування на підприємстві має високий рівень. Результат анкетування характеризується високою оцінкою експертів.

Висновки та прогнози. Під час проведення аудиторських перевірок оподаткування підприємств аудитори найчастіше використовують вибірковий методи аудиту для скорочення обсягу робіт та зменшення їх вартості.

Однією з найпростіших форм дослідження результатів системи внутрішнього аудиту є анкети. Вони застосовуються для перевірки підприємств, які передбачають перелік традиційних основних питань про суб'єкти і прийоми аудиту з відповіддю «так» чи «ні».

Алгоритм проведення аудиту оподаткування за допомогою анкетування для підприємства складається з чотирьох основних етапів: проведення анкетування серед експертів; розподіл балів; обговорення результатів на зборах та надання пропозицій або висновків аудиторів; контроль за виконанням пропозицій аудиторів.

За результатами анкетування можливо отримати 3 рівні оцінки. Перший – високий, коли анкета отримала від 8 до 12 балів. Другий – середній, коли анкета отримала від 4 до 7 балів. Низький – коли експерти поставили найнижчі оцінки від 0 до 3.

Результати анкетування показали, що під час заповнення чотирма експертами максимально можлива кількість балів для одного питання становить 12. Нами було проведене опитування за три минулі роки і прогноз на 2018 рік, для того щоби спрогнозувати можливості використання цього методу для аудиту оподаткування на підприємстві. Результати підрахунку балів (табл. 3) показали, що у 2015 році аудит оподаткування набрав 102 бали, у 2016 році – 113, у 2017 році – 131 балів. І прогноз на 2018 рік показав, що за підвищення ефективності управління системою оподаткування на підприємстві можливо підвищити оцінку до 144 максимально можливих балів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Малишкіна О.І. Аудит податків: конструкція на майбутнє. URL: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No1/208-213.pdf.

2. Петрик О.А. Планування та етапи аудиту оподаткування. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_-TXXekpKcYJ:irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/ecnof_2012_9(3)__8.pdf+&cd=5&hl=uk&ct=clnk&gl=ua.

3. Кругла Н.М. «Податковий аудит» – ці напрямок аудиторської діяльності чи процесуальні дії контролюючих органів? URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8x47tFm3mOMJ:https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1603/16knmdko.pdf+&cd=4&hl=uk&ct=clnk&gl=ua

4. Петрик О.А. Сутність аудиту оподаткування підприємств згідно з нормами податкового кодексу України та порядок його організації. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12562/1/38_190-197_Vis_722_menegment.pdf.

УДК 657.1.012

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF CALCULATIONS FOR PAYMENTS TO EMPLOYEES

Воськало Н.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та аналізу,
Національний університет «Львівська політехніка»

Воськало В.І.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та аналізу,
Національний університет «Львівська політехніка»

У статті розглянуто теоретичні та методологічні основи ведення обліку розрахунків за виплатами працівникам та складання на його основі звітності, які ґрунтуються на принципах та методах бухгалтерського обліку. Досліджено практичну реалізацію принципів та методів обліку на основі сучасного нормативно-законодавчого забезпечення; обґрунтовано необхідність удосконалення практичної реалізації принципів та методів обліку щодо розрахунків за виплатами працівникам. Проведено порівняльну характеристику інформації, що відображається у фінансовій, податковій, статистичній, соціальній звітності щодо розрахунків за виплатами працівникам.

Ключові слова: *розрахунки за виплатами працівникам, принципи бухгалтерського обліку, методичні прийоми бухгалтерського обліку, звітність підприємств.*

В статье рассмотрены теоретические и методологические основы ведения учета расчетов по выплатам работникам и составления на его основе отчетности, основанные на принципах и методах бухгалтерского учета. Исследована практическая реализация принципов и методов учета на основании современного нормативно-законодательного обеспечения; обоснована необходимость совершенствования практической реализации принципов и методов учета по расчетам по выплатам работникам. Проведена сравнительная характеристика информации, отображаемой в финансовой, налоговой, статистической, социальной отчетности по расчетам по выплатам работникам.

Ключевые слова: *расчеты по выплатам работникам, принципы бухгалтерского учета, методические приемы бухгалтерского учета, отчетность предприятий.*

The article deals with the theoretical and methodological bases of keeping records of settlements in respect of payments to employees and preparation of reporting on its basis, which are based on principles and methods of accounting. The practical realization of principles and methods of accounting on the basis of modern regulatory and legislative support is explored; the necessity of improving the practical implementation of the principles and methods of accounting for calculations of payments to employees is substantiated. The comparative characteristics of information reflected in the financial, tax, statistical, and social reporting on settlements in respect of payments to employees are carried out.

Key words: *settlements in respect of payments to employees, principles pf accounting, methods of accounting, reports of enterprises*

Постановка проблеми. Розрахунки за виплатами працівникам є важливим складником зобов'язань кожного підприємства та організації. Своєчасність та повнота розрахунків із працівниками мають важливе соціальне значення, оскільки безпосередньо пов'язані із забезпеченням добробуту населення, впливають на формування попиту та пропозиції на внутрішньому ринку через купівельну спроможність зайнятих працівників, безпосередньо впливають на структуру та величину витрат суб'єктів господарювання, слугують важливим мотиваційним чинником працівників до праці тощо.

Попри зростання із року в рік розміру мінімальної заробітної плати, прожиткового мінімуму та інших соціальних показників рівень середньої заробітної плати є досить мізерним у багатьох галузях. Рівень інфляції, знецінення національної валюти, бурхливі політичні та військові процеси привели до зменшення реаль-

ного рівня заробітної плати. Статистичні дані щодо розрахунків із оплати праці наведені у табл. 1.

Із кожним роком зменшується кількість працюючих (7665,8 тис. штатних працівників на кінець 2017 р, що порівняно з попереднім роком становить 98,0%). Зменшується також кількість працівників позаоблікового складу: працюючих за цивільно-правовими договорами та зовнішніх сумісників. Такі процеси пов'язані із незадоволеністю працівників заробітною платою, відтоком кваліфікованих кадрів за кордон, переходом працівників та оплати праці у «тінь» на фоні зростання загальної заборгованості з оплати праці.

Теоретично та методологічно правильно організований облік розрахунків за виплатами працівникам сприятиме виконанню заробітною платою та іншими виплатами їх функцій: відтворювальної, стимулюючої, оптимізаційної, регулювальної, соціальної.

Мета статті – розгляд та аналіз принципів та методичних прийомів бухгалтерського обліку щодо розрахунків за виплатами працівникам з метою вдосконалення їхньої практичної реалізації в обліку та звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, що пов'язані з обліком розрахунків за виплатами працівникам, здійснювалися багатьма вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зокрема, В.С. Лень та М.П. Штупун [1] досліджували поняття, структуру та особливості обліку виплат працівникам на основі аналізу М(С)БО та П(С)БО; Ю.О. Михайленко [2], Ю.Ю. Миронова та В.А. Панасенко [3] досліджували проблеми організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві; С.О. Михайловина [4], Н.В. Овсюк [5] вивчали проблеми організації обліку та відображення інформації про виплати працівникам у звітності підприємства; Н.Ю. Мардус [6] розглядала застосування методичних підходів до обліку, аудиту та аналізу праці і заробітної плати на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Регулювання розрахунків за виплатами працівникам у бухгалтерському обліку спирається на низку законодавчих актів: Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [7], Податковий кодекс України [8], ПСБО 26 «Виплати працівникам» [9], ПСБО 16 «Витрати» [10], МСБО 19 «Виплати працівникам» [11] тощо.

Методологічні основи ведення обліку розрахунків за виплатами працівникам та складання на його основі звітності ґрунтується на принципах, які передбачені у зазначених вище законодавчих актах. Розглянемо їх детальніше щодо розрахунків за виплатами працівникам.

Виходячи із принципу повного висвітлення, інформацію про розрахунки з оплати праці недостатньо показувати лише як заборгованість з оплати праці у Балансі (Звіті про фінансовий стан) та суму визнаних витрат на заробітну плату операційної діяльності (не враховуючи при цьому інших видів діяльності підприємства) у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід), оскільки така інформація свідчить лише про фактичні наслідки проведених господарських операцій, а не потенційні. Відповідно до ПСБО 26 «Виплати працівникам» у примітках до річної фінансової звітності необхідно розкривати додаткову інформацію щодо програм із визначеним внеском або програм із визначеною виплатою. Така інформація розкриває потенційні наслідки для підприємства запровадження виплат після закінчення трудової діяльності. Однак українські підприємства, як правило, виплати після закінчення трудової діяльності не проводять, хоча для їх обліку і передбачений окремий субрахунок 472 «Додаткове пенсійне забезпечення». Ще одним із видів виплат працівникам є виплати під час звільнення. Їх розмір зазначається в колективному договорі або оголошується за необхідності звільнення певної кількості працівників. Така інформація, хоча і має потенційний вплив на подальшу господарську діяльність підприємства, як правило, вважається комерційною таємницею і не оприлюднюється у звітності.

Відповідно до принципу автономності кожне підприємство розглядається як юридична особа, відокремлена від її власників. Він реалізовується через нарахування, оподаткування та виплату заробітної плати одному чи кільком

Таблиця 1

Статистичні дані щодо розрахунків із оплати праці

Показник	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Середньомісячна зарплата					
у грн.	3234	3476	4195	5070	7104
в еквіваленті у дол. США	404,6	292,4	192	198,4	267,1
Законодавчо встановлений розмір мінімальної заробітної плати на початок року, грн.	1147	1218	1218	1378	3200
Заборгованість з оплати праці, млн. грн.	1019,4	2436,8	1880,8	2004	2368,4

Джерело: складено за даними www.ukrstat.gov.ua

власникам, які виконують обов'язки керівника чи працівника підприємства й отримують за це заробітну плату, котра обліковується окремо від дивідендів, які належать таким засновникам.

Відповідно до принципу послідовності підприємство повинно постійно застосовувати обрану облікову політику, проте щодо оплати праці та інших виплат працівникам у Методичних рекомендаціях [12] жодна інформація не передбачена до наведення, оскільки щодо цього об'єкта обліку відсутні різні варіанти обліку. Проте П(С)БО 26 визначає необхідність відображення суми відрахувань щодо кожної програми з визначеним внеском зі включенням до витрат звітного року (загальний опис типу програми; залишок зобов'язання (активу) на початок і кінець звітного року; теперішня вартість забезпечених, частково забезпечених і незабезпечених активами програми зобов'язань на дату балансу; не визнані актуарні прибутки (збитки) на початок і кінець звітного року тощо). В обліковій політиці також доцільно передбачити створення резерву на виплату відпусток, що є обов'язковим для всіх підприємств (окрім малих), а його розмір залежить від розміру зарплати в попередньому звітному періоді; резерву виплат під час звільнення та резерву виплат після закінчення трудової діяльності. Облікові «незручності» у створенні таких резервів полягають у податкових обмеженнях щодо їх створення та віднесення до складу витрат у поточному чи майбутніх періодах.

Дотримуючись принципу безперервності діяльності, підприємство планує свою діяльність надалі та здійснює поточні виплати працівникам, котрі стосуються майбутніх періодів (нарахування та виплата авансів, відпускних, «підйомних» тощо). Створення резерву на виплату відпусток, резервів виплат під час звільнення та виплат після закінчення трудової діяльності засвідчує те, що підприємство планує проводити і надалі свою діяльність. Своє відображення через рахунки бухгалтерського обліку цей принцип знаходить у виплаті авансу, внаслідок чого утворюється дебетове сальдо (заборгованість працівників підприємству) за рахунком 661 «Розрахунки за виплатами працівникам».

Реалізовуючи принцип нарахування, підприємство виплати працівникам нараховує та відносить до складу своїх витрат і відображає в обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів. Відповідно до чинного законодавства виплату заробітної плати необхідно проводити не рідше ніж два рази на місяць із проміжком часу не більше 16 днів. Таким чином, виплата авансу не спричиняє визнання в обліку витрат на оплату праці, яке здійснюється після закінчення місяця після отримання всіх документів для її нарахування. Щоправда, норми податкового законодавства обмежують віднесення деяких нарахувань виплат працівникам до витрат поточного періоду та, відповідно, виникнення податкових різниць під час нарахування податку на прибуток.

Згідно з принципом превалювання сутності над формою операції мають обліковуватися відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми. Відповідно до нього необхідно вести аналітичний облік кожним працівником за видами нарахувань, утримань та виплат. Нарахування виплат із оплати праці мають бути тісно пов'язані із видами діяльності підприємства.

На підставі Закону України «Про оплату праці» [13, ст. 23] заробітна плата працівників підприємств на території України виплачується в грошових знаках, що мають законний обіг на території України, тобто у гривні, відповідно до принципу єдиного грошового вимірника.

Дотримуючись принципів, облік розрахунків із працівниками, як і інших об'єктів, ведеться за допомогою методичних прийомів бухгалтерського обліку (документування та інвентаризація, оцінка та калькулювання, рахунки та подвійний запис, баланс та звітність).

Здійснення документування на законодавчому рівні регламентується Положенням про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку [14] та Наказом Держкомстату [15], що визначають форми первинних документів. Сьогодні на державному рівні визначено лише сім обов'язкових форм первинних документів для розрахунків із оплати праці, що стосуються лише оформлення чи розірвання трудових відносин, а також нарахування заробітної плати, що надалі використовуватиметься як основа для нарахування пенсій та інших соціальних виплат. Інші форми первинних документів, що стосуються нарахування заробітку та інших виплат, визначаються підприємством самостійно, виходячи із форм та систем оплати праці та інших виплат, прийнятих на підприємстві та передбачених, як правило, у колективному договорі.

Щодо розрахунків, то методичний прийом інвентаризації, як правило, використовується для узгодження зовнішньої заборгованості. Однак і для уточнення розрахунків із оплати праці він також використовується у разі уточнення даних щодо сум нарахованих відпускних, лікарняних після отримання всієї необхідної інформації. Також своєрідна інвентаризація проводиться по кожному працівнику кожного року, а деколи і частіше, під час перерахунку податку на доходи фізичних осіб.

Як у первинних документах, так і на рахунках бухгалтерського обліку повинна бути проведена оцінка затрачених трудових ресурсів для їх подальшої оплати у вигляді заробітної плати. Оцінка, нарахування виплат працівникам проводиться на підставі штатного розкладу, посадових окладів, встановлених розрядів, відряд-

них розцінок, відпрацьованого часу, виконання норм, додаткових умов, передбачених в колективному договорі.

Методичний прийом «калькулювання» безпосередньо до нарахування та виплати працівникам не використовується, оскільки він передбачає розрахунок собівартості продукції, робіт, послуг. Однак нарахована заробітна плата є одним з елементів собівартості продукції чи витрат періоду підприємства.

Розрахунки за виплатами працівникам відображаються у бухгалтерському обліку через систему рахунків методом подвійного запису. Планом рахунків виокремлено рахунки витрат, які кореспондують із рахунками нарахування виплат працівникам, а саме: 15 «Капітальні інвестиції», 16 «Довгострокові біологічні активи», 23 «Виробництво», 24 «Брак у виробництві», 39 «Витрати майбутніх періодів», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності», 97 «Інші витрати». Із рахунками витрат кореспондують рахунки обліку зобов'язань та забезпечень, зокрема: 47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів», 55 «Інші довгострокові зобов'язання», 61 «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями», 65 «Розрахунки за страхуванням», 66 «Розрахунки за виплатами працівникам», 67 «Розрахунки з учасниками», 68 «Розрахунки за іншими операціями». За окремими виплатами працівникам може виникати дебіторська короткострокова або довгострокова заборгованість працівників, яку обліковують відповідно на рахунках 37 «Розрахунки з різними дебіторами» та 18 «Довгострокова дебіторська заборгованість на інші необоротні активи» [1, с. 272].

Найбільш часто використовуваним рахунком для обліку розрахунків із працівниками є рахунок 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» із відповідними субрахунками. Використання його субрахунків викликає декілька дискусійних питань, зокрема щодо доцільності використання рахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою» під час виплати авансів працівникам, оскільки внаслідок такої операції утворюється дебіторська заборгованість підприємства, яка відображається в активі Балансу, та логічним було б її відображати на рахунку 377 «Розрахунки із іншими дебіторами» до дати нарахування заробітної плати. Також враховуючи те, що більшість підприємств перейшло на виплату заробітної плати через банківські платіжні картки, субрахунок 662 «Розрахунки з депонентами» поступово втрачає свою актуальність. Дещо проблемним є використання субрахунку 663 «Розрахунки за іншими виплатами», що призначений для розрахунків за виплатами, що не належать до фонду оплати праці, зокрема допомоги по частковому безробіттю, допомоги по тимчасовій непрацездатності. Суть проблеми полягає у тому, що об'єктом оподаткування ПДФО та військового збору є сукупний місячний оподатковуваний дохід працівника, що може охоплювати виплати, що нараховані як на рахунку 661, так і на рахунку 663. Відображення в обліку кореспонденції рахунків із нарахування ПДФО та військового збору у такій ситуації приводить до дилеми стосовно того, який рахунок має кореспондувати за дебетом із кредитом рахунку 641.

Виплати працівникам є складниками бухгалтерського Балансу та звітності підприємства. Заборгованість працівників підприємству (за позиками, авансами, іншими розрахунками) відображається в активі балансу, заборгованість за виплатами працівникам є одним із джерел утворення господарських засобів і відображається в пасиві Балансу. Розрахунки за виплатами працівникам відображаються у бухгалтерській звітності (фінансовій, податковій, статистичній, до фондів соціального страхування) у різних формах залежно від мети складання.

Проаналізуємо зіставність показників, які стосуються зазначених розрахунків і відображаються в різних формах звітності (рис. 1).

Як елемент витрат розрахунки з оплати праці відображаються у Звіті про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід). Як об'єкт оподаткування податком із доходів фізичних осіб заробітна плата (і не тільки) відображається у Податковому розрахунку сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь фізичних осіб і утриманого з них податку, а як база нарахування єдиного соціального внеску – у Звіті про суми нарахованої заробітної плати (доходу, грошового забезпечення, допомоги, компенсації) застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування до органів доходів і зборів.

Щодо іншої бухгалтерської звітності, то найбільш детально інформація про розрахунки з оплати праці наводиться у статистичній звітності у Звіті із праці. Однак у цьому звіті не враховано нарахування лікарняних, оскільки вони не входять до фонду оплати праці. Лікарняні розраховуються на основі даних про заробітну плату за попередній період і їх неврахування спотворює дані про середню заробітну плату.

Також варто зазначити, що форми статистичної звітності подають не всі підприємства, а лише ті, яким це визначено органами статистики, і тому не вся заробітна плата врахована у статистичних показниках. Враховуючи те, що у звіті 1-ДФ найповніше показується заробітна плата за ознаками доходів; подається він в основному в електронному вигляді, вважаємо за доцільне подавати цю форму замість Звіту із праці до органів статистики, доповнивши цей звіт лише одною колонкою – ознакою, що це сумісник чи основний працівник.

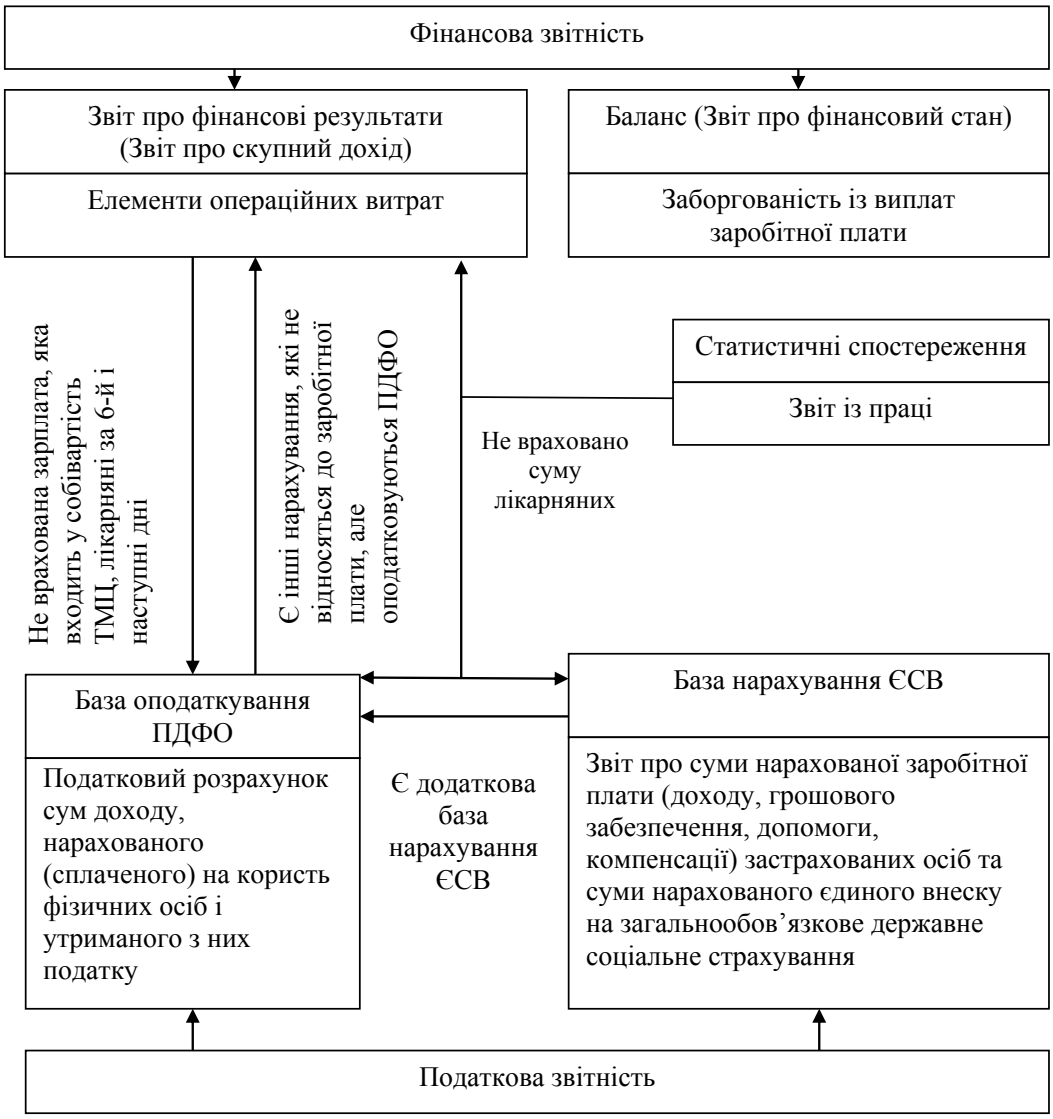


Рис. 1. Заробітна плата у різних формах звітності: призначення, основні відмінності

Автоматичне опрацювання такого звіту дасть змогу вибрати лише заробітну плату за ознаками доходів, і показник визначеної середньої заробітної плати буде точнішим.

Висновки. Ведення обліку розрахунків за виплатами працівникам здійснюється за допомогою методичних прийомів бухгалтерського обліку із застосуванням принципів, наведених у законодавчих актах. Інформація, яка наводиться у перших двох формах фінансової звітності щодо розрахунків з оплати праці, є недостатньою для виконання принципу повного висвітлення, оскільки показує лише фактичні наслідки, а не потенційні. Для його виконання необхідно у Примітках до фінансової звітності додатково розкривати інформацію згідно з вимогами ПСБО 26 «Виплати працівникам».

Щодо облікової політики, яка повинна не змінюватися відповідно до принципу послідовності, то у ній необхідно зазначати про створення резерву на відпустки, резерву виплат під час звільнення та резерву виплат після закінчення трудової діяльності. Однак останні два резерви для підприємства будуть формувати податкові різниці під час розрахунку податку на прибуток.

Інформація про виплати працівникам, яка розкривається у звітності, відрізняється у зв'язку з різною метою її складання. Так, у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід) наводяться лише витрати на оплату праці і при цьому не врахована заробітна плата, яка включена у собівартість придбаних необоротних чи оборотних активів, а також сума лікарняних за шостий та наступні дні непрацездатності. У Звіті із праці більш повно відображено фонд оплати праці, але до нього не віднесено лікарняні, які становлять виплати працівникам за невідпрацьований час. Такі невідповідності необхідно

враховувати, вибираючи дані для проведення аналізу розрахунків з оплати праці. Враховуючи те, що статистичну звітність складають не всі підприємства, розрахунок середньої заробітної плати в Україні доцільно проводити за даними Податкового розрахунку сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь фізичних осіб, і утриманого з них податку у зв'язку з найбільш повною інформацією, яка у ньому наводиться.

Зазначені рекомендації сприятимуть підвищенню якості облікової інформації щодо обліку розрахунків за виплатами працівникам та кращій реалізації принципів та методичних прийомів бухгалтерського обліку щодо цього об'єкта.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лень В.С. Виплати працівникам: поняття, структура та облік / В.С. Лень, М.П. Штупун // Проблеми і перспективи економіки та управління. № 2(2). 2015. С. 266–274.

2. Михайленко Ю.О. Організація обліку і контролю розрахунків за заробітною платою / Ю.О. Михайленко // Молодий вчений. № 2(42). 2017. С. 287–293.

3. Миронова Ю.Ю. Проблеми організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві / Миронова та В.А. Панасенко // URL: http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/569/3/стаття_Миронова_Ю.Ю._Папасенко_В.А._2016.PDF

4. Михайловина С.О. Організація обліку та відображення інформації про виплати працівникам у звітності підприємства / С.О. Михайловина // Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 11. Частина 4. 2015. С. 126–129.

5. Овсюк Н.В. Бухгалтерський облік розрахунків з оплати праці в контексті застосування вимог міжнародних стандартів фінансової звітності / Н.В. Овсюк // URL: fkd.org.ua/article/download/28580/25554

6. Мардус Н. Ю. Методичні підходи до обліку, аудиту та аналізу праці і заробітної плати на підприємстві / Н. Ю. Мардус // Вісник ЖНАЕУ. № 1 (54), т. 2. 2016. С. 230–236.7.

7. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14.

8. Податковий Кодекс України від 02.12.2010, № 2755-VI. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам», затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 601 від 28.10.2003 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03

10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 318 від 31.12.1999р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00

11. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам». URL: www.minfin.gov.ua/document/92431/МСБО_19.pdf

12. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства Затверджені наказом Міністерства фінансів України 27 червня 2013 р. № 635. URL: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=382876&cat_id

13. Закон України «Про оплату праці» від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. URL: http: // zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95.

14. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затверджено Наказом Міністерства фінансів України 24.05.1995 р. № 88. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95

15. Про затвердження типових форм первинної облікової документації зі статистики праці. Наказ Державного комітету статистики України від 5 грудня 2008 року № 489. URL: https://minfin.com.ua/taxes/-/!news/nnakderjkomstat_489/nnakderjkomstat_489.html

УДК 657.37:006.058(4-6ЭС)

АДАПТАЦІЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ВЕРИФІКАЦІЇ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВИМОГ

ADAPTATION OF METHODOLOGICAL PROVISIONS FOR VERIFICATION OF INTEGRATED REPORTING TO THE EUROPEAN REQUIREMENTS

Нестеренко О.О.
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри фінансів, аналізу та страхування,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У статті обґрунтовано рівні перевірки достовірності інтегрованого звіту, а саме: внутрішній контроль; завірення стейкхолдерами; внутрішній та зовнішній аудит. Визначено вимоги основних міжнародних нормативних актів, які регулюють організаційно-методичні положення внутрішнього контролю суб'єктів господарювання та державних установ, яких необхідно дотримуватися під час внутрішнього контролю інтегрованої звітності. Розроблено методологічні засади внутрішнього контролю інтегрованої звітності.

Ключові слова: *інтегрована звітність, верифікація, рівні перевірки, внутрішній контроль, міжнародні нормативні документи, модель COSO.*

В статье обоснованы уровни проверки достоверности интегрированного отчета, а именно: внутренний контроль; заверение стейкхолдерами; внутренний и внешний аудит. Определены требования основных международных нормативных актов, регулирующих организационно-методические положения внутреннего контроля субъектов хозяйствования и государственных учреждений, которые необходимо соблюдать при внутреннем контроле интегрированной отчетности. Разработаны методологические основы внутреннего контроля интегрированной отчетности.

Ключевые слова: *интегрированная отчетность, верификация, уровни проверки, внутренний контроль, международные нормативные документы, модель COSO.*

The article substantiates four levels of the integrated reports verification, namely: internal control; assurance by stakeholders; internal and external audit. The main international regulations of the organizational and methodological issues of the internal control requirements, which must be observed in the integrated reports control system are determined The methodological principles of the integrated reporting internal control are developed.

Key words: *integrated reporting, verification, verification levels, internal control, international regulation, COSO model.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Важливим аспектом упровадження інтегрованої звітності в бізнес-діяльність суб'єктів господарювання є підвищення довіри до цієї нової концепції звітування з боку різноманітних стейкхолдерів – користувачів інтегрованого звіту. Одним з основних механізмів підвищення довіри до показників інтегрованого звіту є верифікація його даних у процесі аудиту. Представлення аудиторського висновку як окремого елементу інтегрованого звіту дає змогу постачальникам фінансового капіталу приймати аргументовані та цілісні рішення під час розроблення стратегії взаємодії із суб'єктом господарювання на майбутні звітні періоди. З одного боку, інтегрований звіт дає змогу представити компоненти реалізації бізнес-моделі та результати діяльності суб'єкта господарювання в позитивному світлі, маючи за мету підвищити свій соціально-репутаційний капітал перед стейкхолдерами, проте, з іншого боку, для потенційних інвесторів цінність має лише звітність, яка пройшла аудиторську перевірку.

Дослідження та вдосконалення методологічних аспектів верифікації інтегрованої звітності дасть змогу адаптувати вітчизняні практики аудиту під вимоги інтегрованої звітності з дотриманням положень європейського законодавства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. У науковій літературі питання перевірки інтегрованої звітності розглядаються поверхнево, це пов'язано з недостатністю напрацювань щодо організа-

ційно-методичних засад формування інтегрованого звіту, відсутністю вітчизняного нормативного забезпечення щодо питань визначення показників інтегрованого звіту та їх перевірки, недостатнім поширенням нової концепції звітування в практичній діяльності суб'єктів господарювання. На необхідності розроблення заходів, що підтверджують достовірність інтегрованої звітності (внутрішній і зовнішній аудит), а також процедури та керівництва з внутрішнього аудиту інтегрованої звітності, акцентує увагу К. Безверхий [1, с. 10]. Науково обґрунтована трирівнева система аудиторського контролю інтегрованої звітності, яка базується на концептуальній моделі фінансового, соціального та екологічного аудиту інтегрованої звітності, висвітлюється в дослідженні Ю.А. Кузьмінського та С.М. Науменко [2]. Теоретичний інструментарій внутрішнього аудиту інтегрованої звітності досліджено в роботі К. Мартіна, Е. Сандерс та Ж. Скалан [3].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котримприсвячується означена стаття. Незважаючи на суттєві наукові напрацювання, низка проблемних питань верифікації інтегрованої звітності залишається недослідженою. Зокрема, потребують визначення рівні перевірки достовірності інтегрованого звіту, організаційно-методологічні засади внутрішнього контролю показників інтегрованого звіту відповідно до вимог міжнародного законодавства, елементи внутрішнього контролю інтегрованої звітності.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є обґрунтування організаційно-методологічних засад верифікації інтегрованої звітності суб'єктів господарювання відповідно до вимог європейського законодавства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Нещодавнє опитування фінансових директорів великих компаній приватного сектора економіки України, проведене інформаційним агентством «РБК-Україна», щодо значущості наданих їм аудиторських послуг показав, що вони побачили відчутну цінність аудиту як в отриманні фінансування, так і в залученні внутрішніх вигод для компаній. Так, 53% фінансових директорів компаній відповіли, що аудиторські звіти допомогли їм отримати зовнішнє фінансування, 87% відзначили, що аудит сприяв поліпшенню внутрішнього контролю в компанії. Аудит є важливим для акціонерів компанії в частині отримання надійних фінансових звітів, відзначили 80% респондентів. Також більше 80% опитаних фінансових директорів компаній зазначили, що аудит допоміг їм удосконалити бухгалтерські системи, сприяв професійному розвитку бухгалтерів компанії, поліпшив податковий облік і звітність, а також фінансовий менеджмент у цілому [4].

Стрімка інтеграція України до Європейського Союзу передбачає під час розроблення організаційно-методологічних засад аудиту інтегрованої звітності враховувати вимоги нормативно-правового регулювання аудиторської діяльності країн – членів ЄС, Міжнародних стандартів аудиту, адаптувати вітчизняні практики аудиту під вимоги інтегрованої звітності з дотриманням положень вітчизняного аудиторського законодавства. Згідно з Угодою про асоціацію з ЄС, положення глави 13 розділу V «Економічне і галузеве співробітництво», Україна зобов'язана поступово наблизити своє законодавство до законодавства ЄС, зокрема до вимог Директиви 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності, зі змінами, внесеними Директивою 2014/56/ЄС Європейського Парламенту та Ради. Зміни мають бути впроваджені протягом трьох років із дати набрання чинності Угоди про асоціацію. Згідно з Угодою, положення розділу V застосовуються з 01.11.2014, а отже, норми Директиви 2006/43/ЄС (зі змінами) мали бути впроваджені до 01.11.2017.

Адаптація українського законодавства у сфері регулювання аудиторської діяльності до європейських вимог розпочалося в Україні ще в 2015 р., з першим опублікуванням на сайті Міністерства фінансів проекту закону «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», яким започатковано сучасну систему суспільного нагляду за аудиторською діяльністю і транспарентністю ведення бізнесу, як це відбувається в європейських державах. Проте до цього часу закон не було прийнято, він знаходиться на доопрацюванні, незважаючи на те що, за попередніми прогнозами, він мав набути чинності ще в липні 2016 р. [5]. Слід зазначити, що зміни в регулюванні аудиторської діяльності, передбачені нормами проекту закону «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», у більшості своїх положень ґрунтуються на Директиві № 2014/56/ЄС «Про обов'язковий аудит річних звітів та консолідованих звітів» та Правилах (ЄС) № 537/2014 Європейського Парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р. щодо конкретних вимог до обов'язкового аудиту суб'єктів господарювання суспільного інтересу (табл. 1). Проект закону «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» удосконалює систему регулювання аудиторської діяльності в Україні та підвищує якість аудиторських послуг до європейського рівня й довіру суспільства до фінансових установ та фінансової звітності суб'єктів суспільного інтересу. На відміну від аудиту фінансової звітності, який надає уявлення лише про окремі боки діяльності суб'єкта господарювання, аудит інтегрованої звітності дає змогу проводити її перевірку комплексно й може вважатися аудитом усього бізнесу.

Одним з основних принципів інтегрованої звітності, відповідно до МСІЗ, є достовірність

Таблиця 1

Основні положення проекту закону «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» відповідно до вимог ЄС

№ з/п	Основні положення	Характеристика положень
1	2	3
1	Термінологія	Приведення визначень Закону України «Про аудиторську діяльність» у відповідність до Директиви 2014/56 / ЄС та Регламенту (ЄС) № 537/2014
2	Мета	Підвищення рівня довіри інвесторів до фінансової звітності вітчизняних підприємств, у т. ч. державних компаній, забезпечення її прозорості й зіставності; дерегуляція аудиторської діяльності; можливість виходу аудиторських компаній України на європейські ринки за рахунок визнання еквівалентності систем; розширення ринку аудиторської діяльності; підвищення престижу та довіри до діяльності аудиторів; викорінення корупції; підвищення довіри населення до українських банків, страхових компаній, інших публічних компаній, у т. ч. державних підприємств; створення належних умов для виходу національних компаній на ринки капіталу; підвищення довіри регуляторних органів до фінансової звітності компанії; створення позитивного інвестиційного клімату України
3	Розмежування послуг, які надаються аудиторами	На регульовані Міжнародними стандартами аудиту (послуги з аудиту, огляду фінансової звітності, виконання інших завдань з надання впевненості, супутні послуги) і визначення спільних з аудитом послуг
4	Впровадження вимог щодо проходження стажування	Для отримання кандидатом сертифіката аудитора (приводиться у відповідність до статті 10 Директиви 2014/56 / ЄС) особа повинна пройти практичне навчання тривалістю не менше трьох років у сфері, зокрема, аудиту річної звітності, консолідованої звітності або подібних фінансових звітів. Принаймні дві третини такого практичного навчання повинно бути пройдено з аудитором або аудиторською фірмою, допущеними в будь-якій державі-члені
5	Дія сертифікату аудитора	Встановлення необмеженого терміну дії сертифіката аудитора і обов’язок для аудиторів брати участь у відповідних програмах безперервного навчання, що дасть змогу підвищити якість аудиторських послуг і довіру суспільства до професії аудитора (приводиться у відповідність до статті 13 Директиви 2014/56 / ЄС, згідно з якою держави-члени повинні забезпечити висунення вимог до аудиторів щодо участі у відповідних програмах безперервної освіти з метою збереження теоретичних знань, професійних навичок і цінностей на досить високому рівні)
6	Реєстр аудиторів	Конкретизація Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності шляхом створення окремих розділів, що містять окрему інформацію про: сертифікованих аудиторів, аудиторських фірмах, аудиторів, які одноособово надають аудиторські послуги, а також представництвах іноземних аудиторських фірм (приводиться у відповідність до Директиви 2014/56 / ЄС, яка передбачає реєстрацію аудиторів та аудиторських фірм)
7	Додаткові вимоги до суб’єктів аудиторської діяльності	Встановлення додаткових вимог до суб'єктів аудиторської діяльності, які будуть проводити обов'язковий аудит (приводиться у відповідність до положень Директиви 2014/56 / ЄС, згідно з якими обов'язковий аудит проводиться тільки аудиторами або аудиторськими фірмами, допущеними державою-членом, що вимагає проведення обов'язкового аудиту)
8	Громадський нагляд за діяльністю аудиторів	Створення професійного самоврядування аудиторів, а також органу громадського нагляду для забезпечення системи громадського нагляду за аудиторською діяльністю (приводиться у відповідність до положень Директиви 2014/56 / ЄС, згідно з якими держави-члени організовують ефективну систему громадського нагляду за аудиторами та аудиторськими фірмами на основі принципів, викладених у Директиві)
9	Державний нагляд за діяльністю аудиторів	Визначення порядку здійснення державного контролю над аудиторською діяльністю, зокрема повноважень Міністерства фінансів України у сфері аудиторської діяльності, а також передбачений порядок взаємодії аудиторів з державними регуляторними органами

(точне подання), яка посилюється такими механізмами, як повноцінні системи внутрішнього контролю і звітності, взаємодія із зацікавленими сторонами, внутрішній аудит або аналогічні функції, а також незалежне зовнішнє завірення [6]. Таким чином, стандартом передбачено чотири рівні перевірки достовірності інтегрованого звіту, а саме: внутрішній контроль; завірення стейкхолдерами шляхом проведення діалогів та громадських консультацій, у результаті

яких підтверджується залученість зацікавлених сторін до процесу підготовки звіту і реагування компанії на їх запити; внутрішній аудит; зовнішній аудит професійними незалежними аудиторськими компаніями. Така багаторівнева система перевірки інтегрованого звіту виключає можливість маніпулювання його показниками, оскільки навіть не виявлені на попередніх етапах перевірки порушення в результаті проведення внутрішніх контрольних процедур будуть обов'язково розкриті.

Під час проведення аудиторської перевірки інтегрованої звітності застосовується максимальний обсяг вибірки, прийнятний для висловлення думки про достовірність ведення господарської діяльності та реалізації бізнес-моделі, мають використовуватися модифіковані аудиторські процедури, які дадуть змогу визначити як правильність опису нематеріальних форм капіталу, так і перевірити достатність аналітичної бази під час визначення перспектив діяльності суб'єкта господарювання на майбутнє, відповідність діяльності цілям сталого розвитку тощо. Зазначені обставини визначають актуальність та необхідність розвитку організаційно-методологічних засад внутрішнього контролю, завірення, внутрішнього та зовнішнього аудиту інтегрованої звітності, які можуть використовуватися як інструмент сприяння під час підготовки інтегрованої звітності (стандартом визначено, що ведення аудиторського журналу під час підготовки інтегрованого звіту допомагає вищому керівництву й особам, наділеним управлінськими функціями, розглядати звіт і застосовувати професійне судження для прийняття рішення, чи достатньо достовірна інформація для включення її у звіт), а також для контрольної оцінки якості даних інтегрованого звіту – надійності та достовірності зацікавленими сторонами для підвищення прозорості бізнесу.

Відповідно до статті 347 Угоди про асоціацію з ЄС, для повноцінної участі нашої держави в міжнародних економічних відносинах, сторони обмінюються інформацією, досвідом, найкращою практикою та здійснюють інші заходи, зокрема у галузі внутрішнього контролю шляхом його подальшого розвитку через гармонізацію з міжнародно визнаними стандартами (Інститут внутрішніх аудиторів (IIA), Міжнародна федерація бухгалтерів (IFAC), INTOSAI) та методологіями, а також найкращою практикою ЄС щодо внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту [7]. Тому під час розроблення методологічних засад верифікації інтегрованої звітності потребують детального дослідження вимоги міжнародної практики щодо першого етапу багаторівневої перевірки інтегрованої звітності, а саме її внутрішнього контролю.

До основних міжнародних нормативних актів, які регулюють організаційно-методичні положення внутрішнього контролю суб'єктів господарювання та державних установ, вимог яких необхідно дотримуватися під час внутрішнього контролю інтегрованої звітності, належать: МСА 315 «Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвого викривлення через розуміння суб'єкта господарювання і його середовища» (переглянутий); «Керівні принципи стандартів внутрішнього контролю», розроблені Міжнародною організацією Вищих аудиторських установ (INTOSAI – the Internal Control Standards Committee of the International Organization of Supreme Audit Institutions); модель COSO, розроблена Комітетом спонсорських організації комісії Тредуея (COSO – Committee of Sponsoring Organizations); Стандарт COBIT «Цілі контролю при використані інформаційних технологій» (COBIT – Control Objectives for Information and Related Technology).

Спеціалізованих стандартів, які визначають особливості організації та методики внутрішнього контролю інтегрованої звітності, не існує, тому доцільно розглянути вимоги міжнародних стандартів щодо особливостей реалізації контрольних процедур, адаптуючи їх під потреби інтегрованої звітності. У МСА 15 «Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвого викривлення через розуміння суб'єкта господарювання і його середовища» рішення чи заходи внутрішнього контролю розглядаються з позиції доречності та оцінки ефективності під час проведення аудиторських перевірок. До складників внутрішнього контролю за МСА 315 віднесено: а) середовище контролю (загальне ставлення, обізнаність і дії управлінського персоналу щодо служби внутрішнього контролю та її важливості); б) процес оцінки ризиків суб'єкта господарювання; в) інформаційні системи, у тому числі пов'язані з ними бізнес-процеси, що стосуються фінансової звітності, й обмін інформацією; г) заходи контролю; д) моніторинг заходів контролю [8]. Графічно компоненти внутрішнього контролю за МСА 315 являють собою систему, інтерпретацію якої під вимоги інтегрованої звітності наведено на рис. 1.

Основним елементом процесу внутрішнього контролю інтегрованої звітності є середовище контролю, яке фактично формують працівники, які мають відношення до інтегрованої звітності, разом з їх індивідуальними властивостями і корпоративним соціальним середовищем, в якому вони працюють. У межах середовища контролю визначаються організаційні питання його побудови. Як цілком справедливо зазначають Н.І. Петренко та Т.А. Бутинець, «…середовище контролю – це сукупність передумов, в яких здійснюється внутрішній контроль. Середовище контролю – це ті обставини, умови, які надають можливість здійснювати внутрішній контроль» [9].

Наступним елементом внутрішнього контролю інтегрованої звітності є оцінка ризиків, які впливають на здатність суб'єкта господарювання створювати вартість протягом коротко-

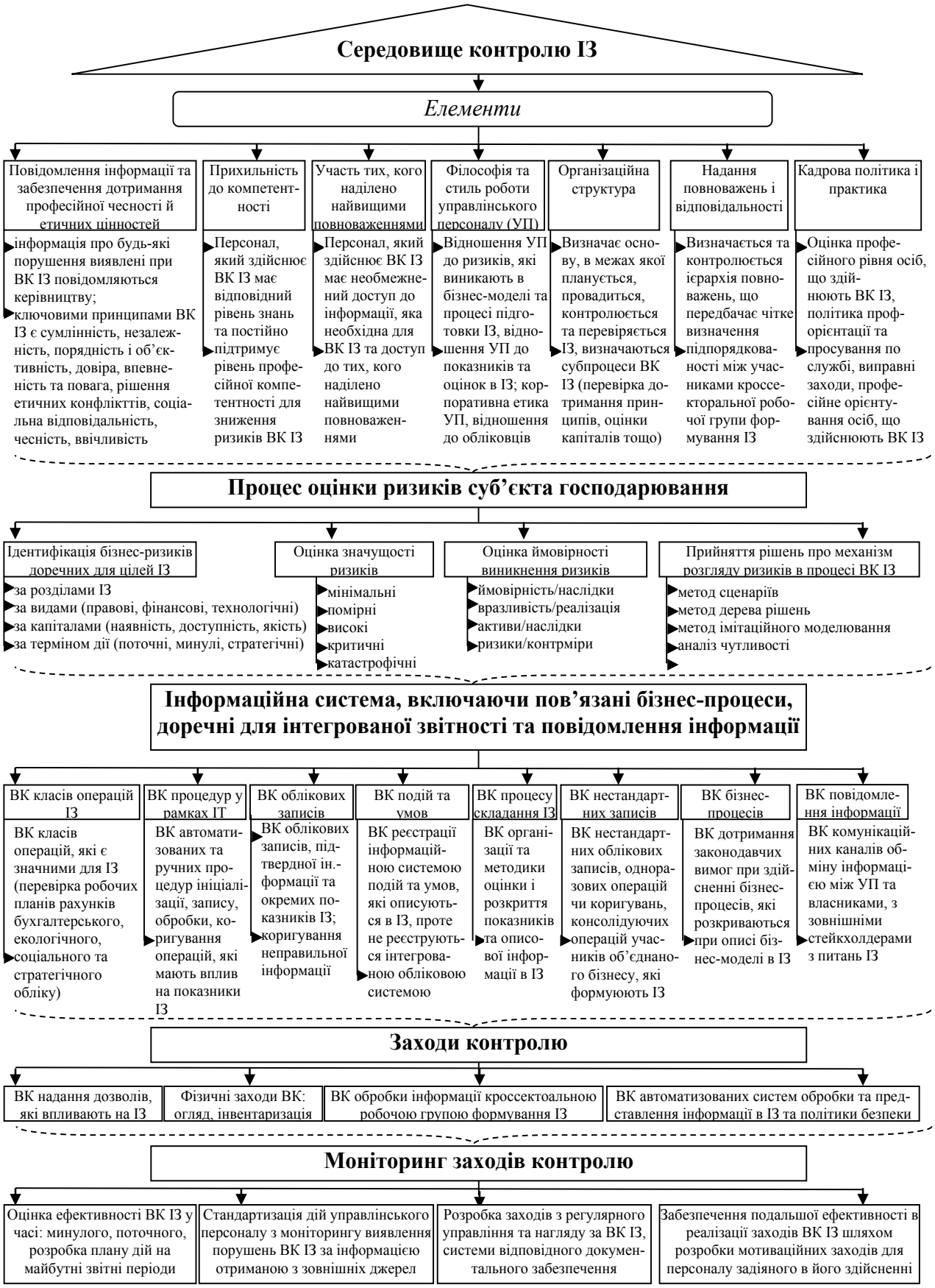


Рис. 1. Адаптація вимог МСА 315 до процесу внутрішнього контролю ІЗ

строкового, середньострокового і довгострокового періоду. Цей етап внутрішнього контролю передбачає:

– класифікацію ризиків, які мають місце під час складання інтегрованої звітності та реалізації бізнес-моделі суб'єкта господарювання для впорядкування системи їх вчасної ідентифікації;

– оцінку значущості ризиків за їх істотністю для розроблення заходів, що спрямовані на мінімізацію їх негативного впливу;

– оцінку ймовірності виникнення ризиків, яка проводиться шляхом визначення переліку якісних і чисельних (у тому числі складених) критеріїв оцінювання вразливостей та їх наслідків і методів їх зменшення чи ліквідації;

– прийняття рішень про механізм розгляду ризиків у процесі внутрішнього контролю інтегрованої звітності, який може здійснюватися з використанням методу сценаріїв (генерування сценаріїв із прогнозування ефективних рішень нівелювання ризиків у разі настання тих чи інших ризикових ситуацій, коли це можливо, чи зведення рівня очікуваних утрат до мінімуму в тих ризикових ситуаціях, коли втрати неминучі), методу дерева рішень (схематичне подання проблеми прийняття рішень в умовах ризикових ситуацій у вигляді деревовидної структури, на якій графічно представлено очікуваний рівень витрат і доходу, а кожна гілка визначає раціональність управлінського впливу, враховуючи ймовірність настання негативної події), методу імітаційного моделювання (автоматизованої побудови графіків профілю ризику, які демонструють імовірність кожного з можливих варіантів розвитку подій), методу аналізу чутливості (послідовна одинична заміна всіх факторів ризику, що впливають на певний результуючий показник ефективності реалізації проекту з формування інтегрованої звітності, та вибір найбільш небезпечних на основі ранжування отриманих кількісних показників).

Неодмінним складником внутрішнього контролю в умовах інформаціології суспільно-економічних відносин є інформаційна система, включаючи пов'язані бізнес-процеси, які розкриваються в інтегрованій звітності. На цьому етапі розробляються контрольні процедури для перевірки єдиного інформаційного простору інтегрованої облікової системи (класів операцій, процедур, облікових записів, подій та умов, нестандартних записів, бізнес-процесів), технічних засобів для автоматизації інтегрованої облікової системи, структури і порядку взаємодії зовнішнього і внутрішнього інформаційного середовища під час формування та оприлюднення інтегрованої звітності.

Ключовим елементом внутрішнього контролю інтегрованої звітності є здійснення власне контрольних заходів, що полягає у: розподілі обов'язків та наданні дозволів у процесі формування та представлення інтегрованої звітності; перевірці інформаційного процесу; фізичному контролі та проведенні нагляду; розробленні та реалізації політики інформаційної безпеки як суб'єкта господарювання загалом, так і безпеки процесу формування та представлення інтегрованого звіту.

Розвиток процедур контролю щодо цих типів політики та процедур зазвичай проявляється у таких п'яти типах специфічних процедур контролю, як: адекватний розподіл обов'язків; відповідне санкціонування господарських операцій та процесів; належна документація та ведення системних бухгалтерських записів; фізичний контроль активів та облікових записів; незалежна перевірка виконання [10]. Тому моніторинг заходів контролю слід вважати процесом, спрямованим на оцінку результатів здійснення внутрішнього контролю інтегрованої звітності за певний проміжок часу. Він передбачає оцінку структури та своєчасної реалізації процедур внутрішнього контролю інтегрованої звітності, а також внесення необхідних змін відповідно до змін в умовах формування та представлення інтегрованого звіту.

Під час проведення внутрішнього контролю, крім положень МСА 315, доцільно дотримуватися вимог Стандартів Міжнародної організації Вищих аудиторських установ (INTOSAI), яка була створена в 1953 р. для сприяння розвитку співробітництва та інформаційного обміну між вищими контрольними органами, уніфікації стандартів у галузі фінансового контролю. Кількість членів INTOSAI зросла з 34 країн від моменту її створення до 194 повних членів та п'яти асоційованих членів у 2017 р. [11]. Рахункова палата України входить до структури INTOSAI з 1998 р. Міжнародні стандарти INTOSAI розміщено на сайті www.issai.org, де з наданням загального доступу подано більше 80 офіційних стандартів і керівних принципів INTOSAI. Вони є результатом майже 50-річної роботи провідних вищих аудиторських органів країн – членів цієї організації [12]. Рамкова структура стандартів, визначена Комітетом INTOSAI з професійних стандартів, наведена на рис. 2.

У 1992 р. Керівництва до стандартів внутрішнього контролю в державному секторі (INTOSAI GOV 9100) були визнані професійною спільнотою «живим» документом, що відображає точку зору про застосування стандартів до розроблення, впровадження та оцінки внутрішнього контролю [13]. На рівні Європейського Союзу стандарти INTOSAI 9100 стали основою для створення моделі системи внутрішнього фінансового державного контролю (PIFC), розробленої Європейською комісією (Генеральний департамент із питань бюджету) для національних урядів країн ЄС. Незважаючи на те що стандарт GOV 9100 стосується державного сектору, в ньому наводиться базовий еталонний рівень для оцінки стану внутрішнього контролю, тому його положення доцільно враховувати під час проведення внутрішнього контролю інтегрова-

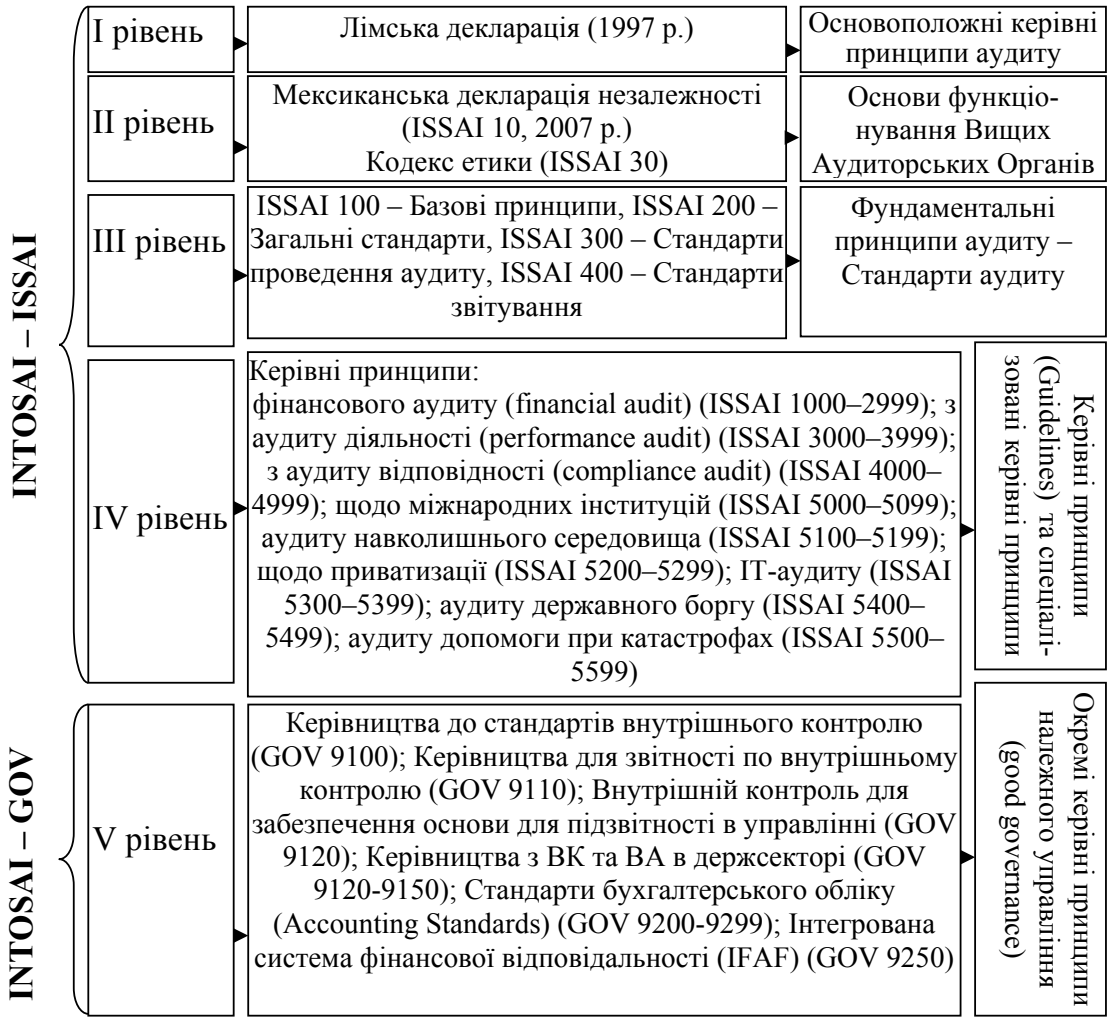


Рис. 2. Рамкова структура стандартів INTOSAI

ної звітності та недержавних установ. Відповідно до стандарту, засоби внутрішнього контролю складаються з п'яти взаємопов'язаних елементів, які фактично дублюють компоненти внутрішнього контролю, визначені МСА 315, а саме: середовище контролю; оцінка ризиків; діяльність зі здійснення контролю; інформація і засоби зв'язку та моніторинг.

Стандарти INTOSAI щодо внутрішнього контролю використовують положення стандартів Комітету COSO для приватного сектору, який був створений у 1985 р. у США Національною комісією з боротьби з недостовірною фінансовою звітністю, відомою як Комісія Тредуея (названа на честь першого свого голови Джеймса С. Тредуея) [14].

Комісія Тредуея сформувалася за участі та за рахунок фінансування п'яти професійних саморегульованих організацій, а саме: Американського інституту сертифікованих громадських бухгалтерів (AICPA – American Institute of Certified Public Accountants), Американської асоціації з обліку і звітності (AAA – American Accounting Association), Міжнародної асоціації фінансових керівників (FEI – Financial Executives Institute), Інституту внутрішніх аудиторів (IIA – Institute of Internal Auditors) та Інституту фахівців управлінського обліку (IMA – Institute of Management Accountants). Головною метою діяльності Комітету спонсорських організації комісії Тредуея є дослідження причин та чинників, які можуть призвести до недостовірного розкриття показників звітності, а також розроблення рекомендацій щодо їх усунення.

Принципи COSO протягом багатьох років використання у великих зарубіжних компаніях довели ефективність базисних підходів і цільових установок даної методології: це, перш за все, підвищення ефективності управління організацією на основі своєчасного виявлення та аналізу ризиків в обліку; забезпечення достовірності фінансової і управлінської інформації та звітності; ефективності господарських операцій та запобігання різних видів фінансових порушень [15]. Набір компонентів Моделі COSO конкретизують інструменти та прикладні рішення залежно від відповідних цілей внутрішнього контролю (управлінська ефективність, достовірність звіт-

ності, комплаєнс) і спрямовані перевірки (рівень бізнесу та процесів) та подані у вигляді рівнів «Кубу COSO» [16]. Нині існують Модель COSO-I, яка містить п'ять взаємозалежних елементів: середовище контролю, оцінку ризиків, заходи контролю, інформацію та комунікацію, моніторинг й удосконалена Модель COSO-II, яка містить вісім елементів, оскільки оцінку ризиків було розділено на опис процесів, ідентифікацію та оцінку ризиків і способи реагування на них.

У 2001 р. було створено Модель COSO-ERM, в якій установлено основні принципи та концепції управління ризиками, узагальнено термінологію і розроблено вказівки та рекомендації, орієнтовані на управління ризиками шляхом їх виявлення, оцінки та побудови ефективної системи внутрішнього контролю, яка охоплює всі рівні компанії як із боку організаційної структури, так і з боку бізнес-процесів, притаманних бізнес-моделі суб'єкта господарювання. Розглянемо на прикладі внутрішнього контролю інтегрованої звітності базові принципи та методологію «Кубу COSO» за моделлю COSO-ERM, що наведено на рис. 3.

Ключовим аспектом під час здійснення внутрішнього контролю інтегрованої звітності за моделлю COSO-ERM є врахування поняття «ризик апетит» на всіх етапах організації та проведення перевірки інтегрованої звітності. Відповідно до визначення, наведеного в документі «Управління ризиками організацій. Інтегрована модель», розробленого Комітетом спонсорських організацій Комісії Тредуея (COSO) в 2004 р., Risk Appetite (Ризик-апетит) – це ступінь ризику, яку компанія або інша організація вважає для себе прийнятним у процесі досягнення своїх цілей [17]. На рівень «ризик-апетиту» реалізації інноваційного проекту з формування інтегрованої звітності буде впливати стратегія суб'єкта господарювання, особливості та кількість бізнес-моделей, наявність та достатність капіталів, компетенції кроссекторальної робочої групи з формування інтегрованої звітності, а сам «ризик-апетит» буде впливати на процес управління ризиками від процесу збору та обробки обліково-аналітичної й іншої інформації до її оприлюднення в інтегрованому звіті.

Рис. 3. Внутрішній контроль інтегрованої звітності за моделлю COSO-ERM

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Розроблені організаційно-методологічні засади верифікації інтегрованої звітності суб'єктів господарювання, адаптовані до вимог європейського законодавства, дають змогу: знизити функціональні бар'єри між підрозділами підприємства за рахунок підсилення горизонтальних зв'язків та визначення відповідальних за перевірку інформації про кожен бізнес-процес, яка наводиться в звіті кроссекторальної робочої групи з формування інтегрованої звітності; визначити відповідальність кожного учасника кроссекторальної робочої групи з формування інтегрованої звітності, що сприяє підвищенню ефективності використання ресурсів у бізнес-моделі суб'єкта господарювання; стандартизувати діяльність із проведення внутрішнього контролю, регламентувати зміст і послідовність виконання робіт у межах процесу «Внутрішній контроль інтегрованої звітності»; скоротити кількість рівнів прийняття рішень із питань перевірки інтегрованого звіту; оптимізувати використання ресурсів, виявити зони відповідальності, налагодити взаємодію процесу «Внутрішній контроль інтегрованої звітності» та інших процесів; розробити систему показників і критеріїв оцінки результативності кожного субпроцесу на кожному етапі перевірки; впорядкувати документаційне забезпечення процесу «Внутрішній контроль інтегрованої звітності» та його субпроцесів; налагодити інформаційний обмін у рамках реалізації процесу «Внутрішній контроль інтегрованої звітності»; своєчасно здійснювати коригуючі дії для досягнення максимальної ефективності процесу «Внутрішній контроль інтегрованої звітності».

Пряма залежність багаторівневої системи перевірки інтегрованого звіту від рівня «ризик апетиту» як бізнес-моделі суб'єкта господарювання, так і процесу реалізації інноваційного проекту з формування інтегрованої звітності вимагає розроблення адаптованих методів оцінки, обмеження і зниження ризиків, а також порядку управління ризиками в процесі формування інтегрованої звітності та її перевірки, що визначено перспективами подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безверхий К.В. Методичні засади формування інтегрованої звітності підприємства. Облік і фінанси. 2014. № 3. С. 8–14.

2. Kuzminskyi I.A., Naumenko S.M. Economic nature of financial reporting fraud and ways of its overcoming. Independent AUDITOR. 2017. № 19(I). P. 13–20.

3. The potential impact of COSO internal control integrated framework revision on internal audit structured SOX work programs / K. Martin, E. Sanders, G. Scalan. Research in Accounting Regulation. 2014. № 26. P. 110–117.

4. Хупер Дж. Украина нуждается в аудите мирового уровня. URL: https://daily.rbc.ua/rus/show/ukraina-nuzhdaetsya-audite-mirovogo-urovnya-1438074375.html.

5. Изменение правил проведения аудита затронет украинских бизнесменов. URL: http://business.vesti-ukr.com/113429-izmenenie-pravil-provedenija-audita-i-buhucheta-zatronet-i-biznes.

6. Международный стандарт интегрированной отчетности. URL: http://integratedreporting.org.

7. Association Agreement between the European Union and the European Atomic Energy Community and Their Member States, of one part, and Ukraine, of the other part. URL: http://eeas.europa.eu/ukraine/assoagreement/assoagreement-2013_en.htm.

8. Handbookof International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. Edition, 2014. 985 p.

9. Петренко Н.І., Бутинець Т.А. Середовище контролю: поняття, природа, соціальна цінність. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2011. № 2(20). С. 371–384.

10. Дорош Н.І. Аудит внутрішнього контролю підприємства. Міжнародний збірник наукових праць. Вип. 2(5). URL: http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/103493/98689.

11. INTOSAI International Organization of Supreme Audit Institutions. URL: http://www.intosai.org/about-us.html.

12. Ніконова О. Міжнародні стандарти INTOSAI: основні положення, аудиторські підходи, термінологія. Бухгалтерський облік і аудит. 2011. № 2. С. 29–35.

13. Руководства к стандартам внутреннего контроля в государственном секторе (ISSAI 9100). URL: http://www.eurosai.org/ru/training/training-events-and-outputs/-ISSAI/.

14. Guidance on Monitoring Internal Control Systems. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). 2009. URL: http://www.coso.org.

15. Kazakova N. Method of estimating the commercial value of the intellectual property of the company. American Journal of Science and Technologies. Princeton University Press, USA, 2015. № 2(20). Vol. 2. P. 100–106.

16. Мосендз Т.А. Эффективность бизнеса под контролем. Менеджмент сегодня. 2009. № 1(49). С. 56–63.

17. Управление рисками организаций Интегрированная модель. URL: http://www.oaoosk.ru/about/vnutrenniy-kontrol-upravlenie-riskami/D%20COSO%20UR.pdf.

СТАТИСТИКА

УДК 519.23

ВИКОРИСТАННЯ PSPP ПІД ЧАС СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ

USE OF THE PSPP IN STATISTICAL ANALYSIS

Остапенко Я.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики та математичних методів в економіці,
Університет державної фіскальної служби України

У статті висвітлено основні методи статистичного аналізу: описової статистики, кореляційного аналізу, методи регресійного аналізу. Продемонстровано застосування статистичних методів із використанням програми PSPP. Описано основні характеристики та можливості програми PSPP. Доведено ефективність використання програми PSPP для статистичного аналізу.

Ключові слова: *статистичний аналіз, методи статистичного аналізу, описова статистика, кореляційно-регресійний аналіз, статистичні програмні продукти, програма PSPP.*

В статье отражены основные методы статистического анализа: описательной статистики, корреляционного анализа, методы регрессионного анализа. Продемонстрировано применение статистических методов с использованием программы PSPP. Описаны основные характеристики и возможности программы PSPP. Доказана эффективность использования программы PSPP для статистического анализа.

Ключевые слова: *статистический анализ, методы статистического анализа, описательная статистика, корреляционно-регрессионный анализ, статистические программные продукты, программа PSPP.*

The article covers the main methods of statistical analysis: descriptive statistics, correlation analysis, methods of regression analysis. The application of statistical methods using the PSPP program is shown. The main features and features of the PSPP program are described. The efficiency of using the PSPP program for statistical analysis is proved.

Key words: *statistical analysis, methods of statistical analysis, descriptive statistics, correlation-regression analysis, statistical software products, PSPP program.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиминауковими чи практичними завданнями. Прийняття управлінських рішень та будь-яке наукове дослідження базуються на достовірній, репрезентативній, несуперечливій інформації про суб'єкт підприємницької діяльності. Отримати таку інформацію дає змогу економіко-статистичний аналіз із використанням статистичних методів та програмних продуктів. Сучасний ринок програмних продуктів пропонує різноманітні пакети програм для статистичної обробки економічних показників. Питання полягає у виборі ефективних методів аналізу та програмних продуктів, які при цьому не потребували б значних витрат та були простими у використанні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Використанню програмних продуктів у статистичному аналізі присвячено праці вітчизняних та закордонних науковців: М.В. Роїка, О.І. Присяжнюка, В.О. Денисюка [1], С.А. Айвазян, В.С. Степанова [2], Ж.В. Василенко [3], Р.Є. Майбороди, О.В. Сугакової [4]. Але в наукових працях здебільшого розглядаються статистичні програмні продукти, які потребують значних коштів на придбання та обслуговування, тому питання використання ефективних, але безкоштовних статистичних програм є актуальним.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котримприсвячується означена стаття. Одним з основних етапів наукового дослідження та аналізу діяльності будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності є статистичний аналіз. З появою та вдосконаленням сучасних комп'ютерних програм обробки інформації статистична обробка даних піднялася на новий щабель. Тепер аналітик чи дослідник може не мати математичної підготовки. Достатньо оперувати статистичними поняттями та правильно вибрати методи

аналізу. Але в умовах обмежених фінансових ресурсів постає питання ефективного статистичного аналізу за мінімальних витрат, тому на часі є використання безкоштовних статистичних програм, які мають основні статистичні методи обробки показників та прості у використанні. Однією з таких програм є програмне забезпечення PSPP.

Формулювання цілей статті **(постановка завдання)**. Метою статті є розгляд основних етапів та статистичних методів аналізу з використанням безкоштовної статистичної програми PSPP.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуваннямотриманих наукових результатів. Розвиток інформаційних технологій та постійне вдосконалення пакетів прикладних програм дають змогу здійснювати пошук необхідної економічної інформації, створювати бази даних, проводити їх швидку та ефективну обробку, здійснювати глибокий аналіз та надавати результати у найбільш зручному вигляді.

Комп'ютерну реалізацію основних статистичних методів обробки даних передбачають електронні таблиці Microsoft Excel, який входить до складу пакету прикладних програм Microsoft Office, QuattroPro та ін.

Більші можливості статистичної обробки мають спеціалізовані пакети STATGRAPHCS, SPSS, SAS, STATISTICA тощо.

Безкоштовним аналогом універсального статистичного пакету SPSS є програмне забезпечення PSPP.

Програмою передбачено повний спектр можливостей статистичного аналізу: частотний аналіз та описова статистика, статистичний аналіз на основі таблиць спряженості, порівняння середніх за t-критерієм Стьюдента та однофакторний дисперсійний аналіз, регресійний аналіз, непараметричні методи аналізу, факторний та кластерний аналізи, аналіз основних компонент тощо.

PSPP призначений для виконання розрахунків так швидко, як це можливо, незалежно від розміру вхідних даних.

Результати статистичних розрахунків та графіки можна зберігати у форматах ASCII, PDF, PostScript, SVG та HTML. Також програмою передбачено широкий діапазон побудови гістограм та різного виду діаграм (стовпчикових, точкових, кругових).

PSPP імпортує дані у форматі електронних таблиць (Gnumeric та OpenDocument) та баз даних PostgreSQL, а також значень, відокремлених комами (CSV), та ASCII. Програма PSPP може імпортувати дані у форматах portable та system SPSS. Доступ до бібліотек, які використовуються PSPP, можна здійснювати на програмному рівні. Інтерфейсом Perl до бібліотек PSPP є PSPP-Perl.

Для роботи в PSPP необхідно створити електронну таблицю або відкрити її, якщо вона створена раніше (рис. 1).

Важливо правильно ввести вхідні дані. У стовпець «Назва» вводиться назва змінної довжиною не більш як вісім символів, якими можуть бути букви і цифри, спеціальні символи. Назва повинна починатися з букви і не може закінчуватися крапкою або «_». Кожна назва унікальна (варто уникати повторів). Назви змінних нечутливі до регістру: писані і друковані, великі та маленькі букви не розрізняються. Не можна використовувати пробіли, знаки інших алфавітів і символи. У стовпчику «Тип» описується тип змінної. Ширина вказує формат стовпця. У стовпці «Знаків після коми» вписують кількість знаків після коми (якщо змінна числового типу). У стовпці «Мітка» вводиться запитання анкети, у стовпці «Мітки

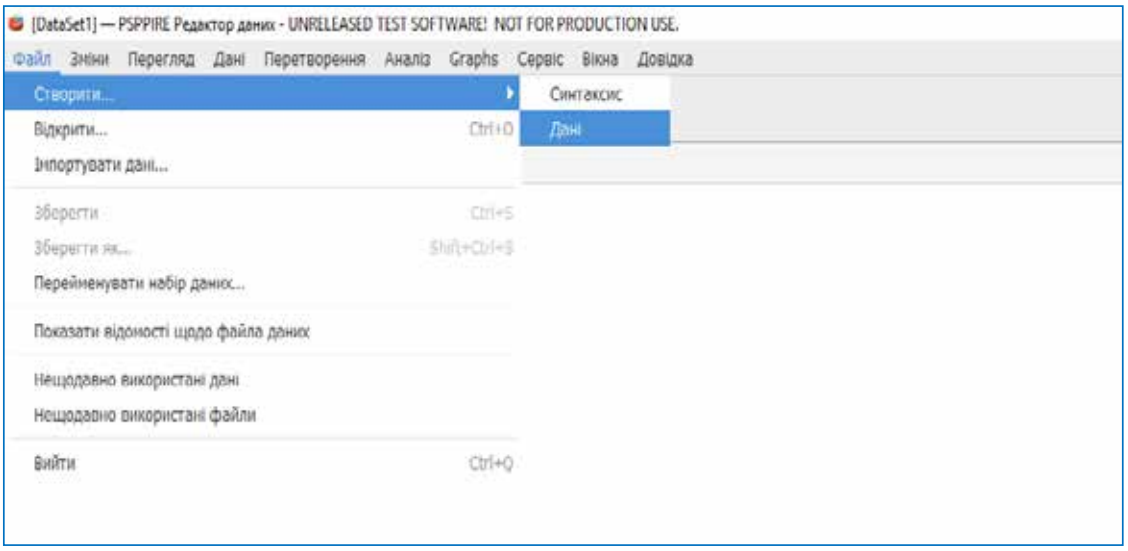


Рис. 1. Створення електронної таблиці в PSPP

Джерело: створено автором

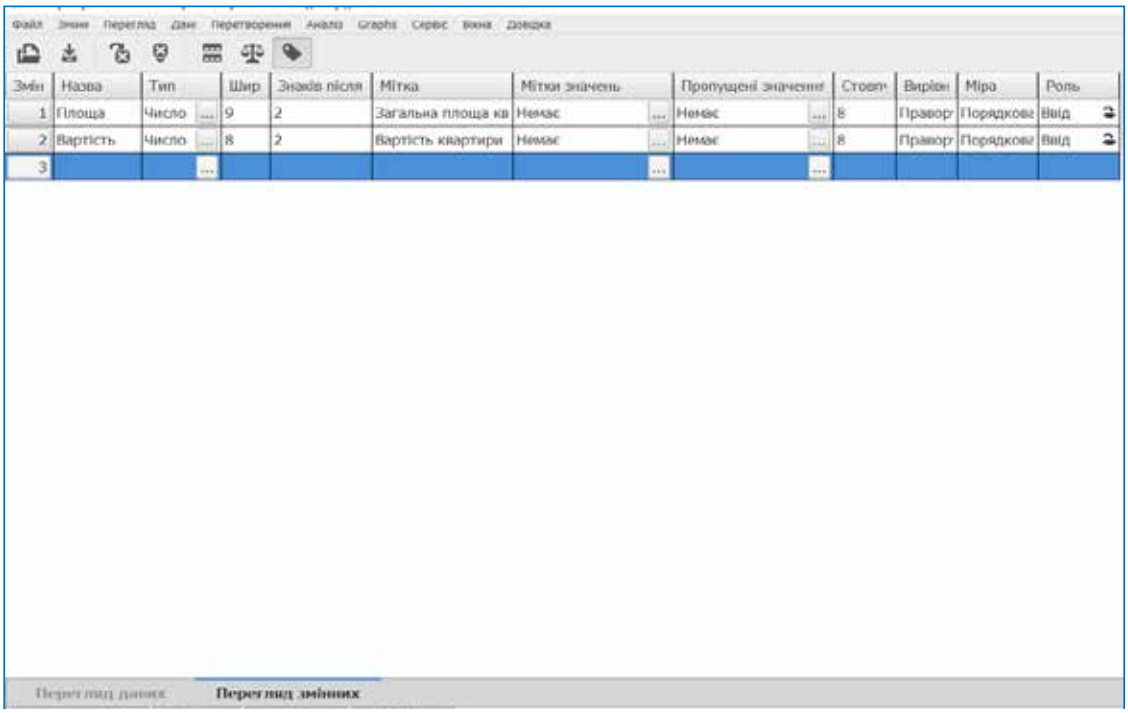


Рис. 2. Введення характеристики змінних

Джерело: створено автором

значень» описується кодування альтернатив відповіді, у стовпці «Пропущені значення» описуються «пусті» клітинки. У стовпці «Стовпчик» задається ширина стовпця. У стовпці «Вирівняти» вирівнюються дані, У стовпці «Міра» вказується рівень вимірювання змінної. Всі ці характеристики змінних описуються у вкладці «Перегляд змінних» (рис. 2).

Заповнення даних відбувається у вкладці «Перегляд даних» (рис. 3).

Першим етапом аналізу даних, що утворюють статистичну сукупність, є розрахунок показників описової статистики, що дають змогу оцінити у цілому, як веде себе досліджувана величина або величини за досить великих обсягів сукупностей об'єктів-носіїв цих величин, тобто проаналізувати характер розподілу цих величин у природі.

Програма PSPP дає змогу розрахувати практично всі застосовувані сьогодні описові статистики, проте слід пам'ятати про те, що для певного типу змінних мають сенс певні показники. Наприклад, відмінності між якісними і кількісними змінними. Різниця між ними – у шкалі виміру. Для якісних даних (дані – конкретні значення змінних) застосовується номінальна шкала, для кількісних – метрична. Показники, які застосовуються для зазначених типів даних, у корені різні. Статистики кількісних змінних незастосовні для якісних, також як і статистики якісних змінних не мають сенсу для кількісних.

Описовими статистиками якісних змінних служать їх частотні характеристики. Вони пока-

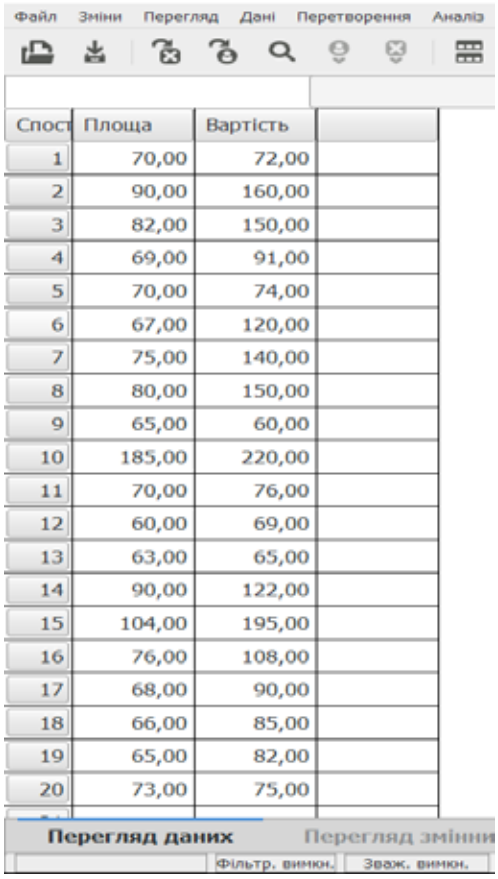


Рис. 3. Уведення даних в електронну таблицю PSPP

Джерело: створено автором

зують структуру розглянутої сукупності, яка розбивається на однорідні за певним значенням показника групи. Для таких груп розглядаються такі показники, як абсолютна чисельність і частка (відсоток, проміле і т. д.) групи в загальному масиві даних.

Створення дискретного ряду розподілу та визначення частот у програмі PSPP здійснюють за алгоритмом «Аналіз → описова статистика → частоти» (рис. 4).

У віконечку «Частоти» необхідно зазначити ознаку для групування (визначення частот) та за потреби можна позначити міткою необхідні розрахунки описової статистики та побудови діаграми (рис. 5).

Результати розрахунків система відобразить окремим файлом, про що повідомить мерехтіння значка PSPP на панелі (рис. 6).

Характер розподілу досліджуваної величини має велике значення для аналізу даних, оскільки той чи інший тип розподілу передбачає застосування тих чи інших статистичних інструментів і показників.

Розрахунок показників описової статистики в PSPP здійснюють за складником вкладки «Аналіз» – «Описова статистика» (рис. 7).

У віконечку «Описова статистика» необхідно зазначити показники для розрахунку (рис. 8).

Результати система відобразить у файлі розрахунків (рис. 9).

У суспільному житті та економічній діяльності часто доводиться вирішувати завдання, спрямовані на виявлення сили і характеру зв'язку між деякими величинами. Величини, що при цьому впливають на інші, називаються факторними ознаками, а величини, на які впливають, – результативними ознаками. Факторні ознаки можуть бути незалежними від дій і рішень компанії (наприклад, стихійні лиха, політичні та економічні рішення керівництва країни, масштабні соціальні процеси і т. д.) або знаходиться в компетенції останньої (цінові, товарні, збутові та інші маркетингові рішення). У першому випадку рішення подібного роду задач може допомогти спрогнозувати поведінку ознаки-результату за відповідного значення факторної ознаки, у другому – вибрати найкращий варіант рішення за факторною ознакою, який міг би дати бажане значення того чи іншого економічного показника (обсягу продажів, споживчих переваг і т. д.).

Метод вирішення подібного роду завдань визначається характером факторної та резуль-

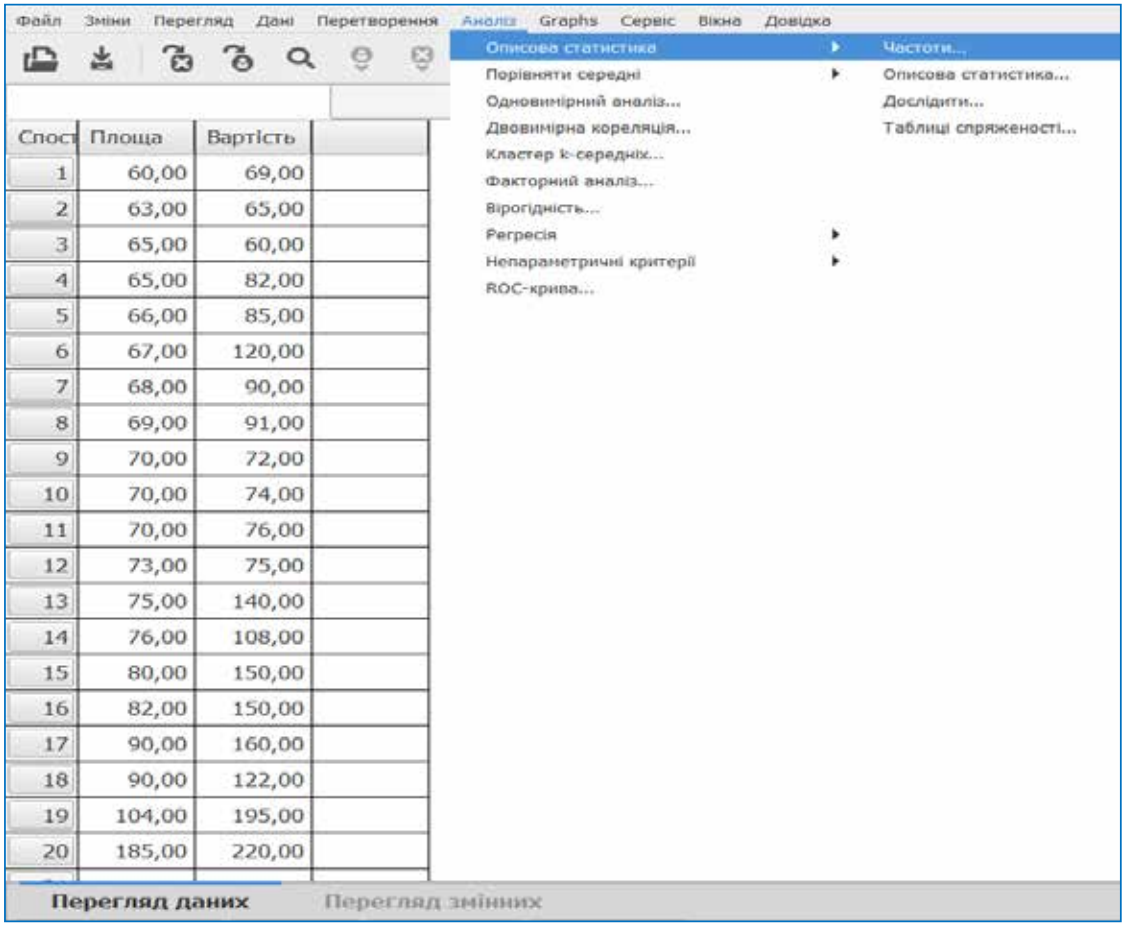


Рис. 4. Виклик віконечка для визначення частот

Джерело: створено автором

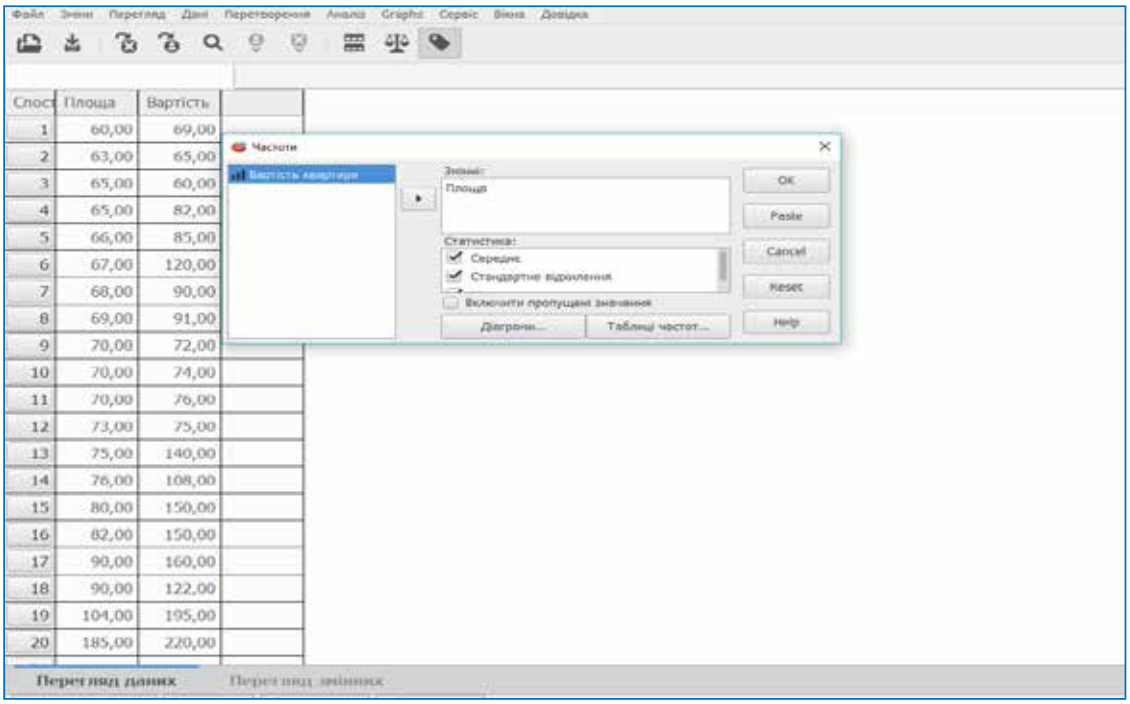


Рис. 5. Побудова дискретного ряду розподілу та визначення показників описової статистики в PSPP

Джерело: створено автором

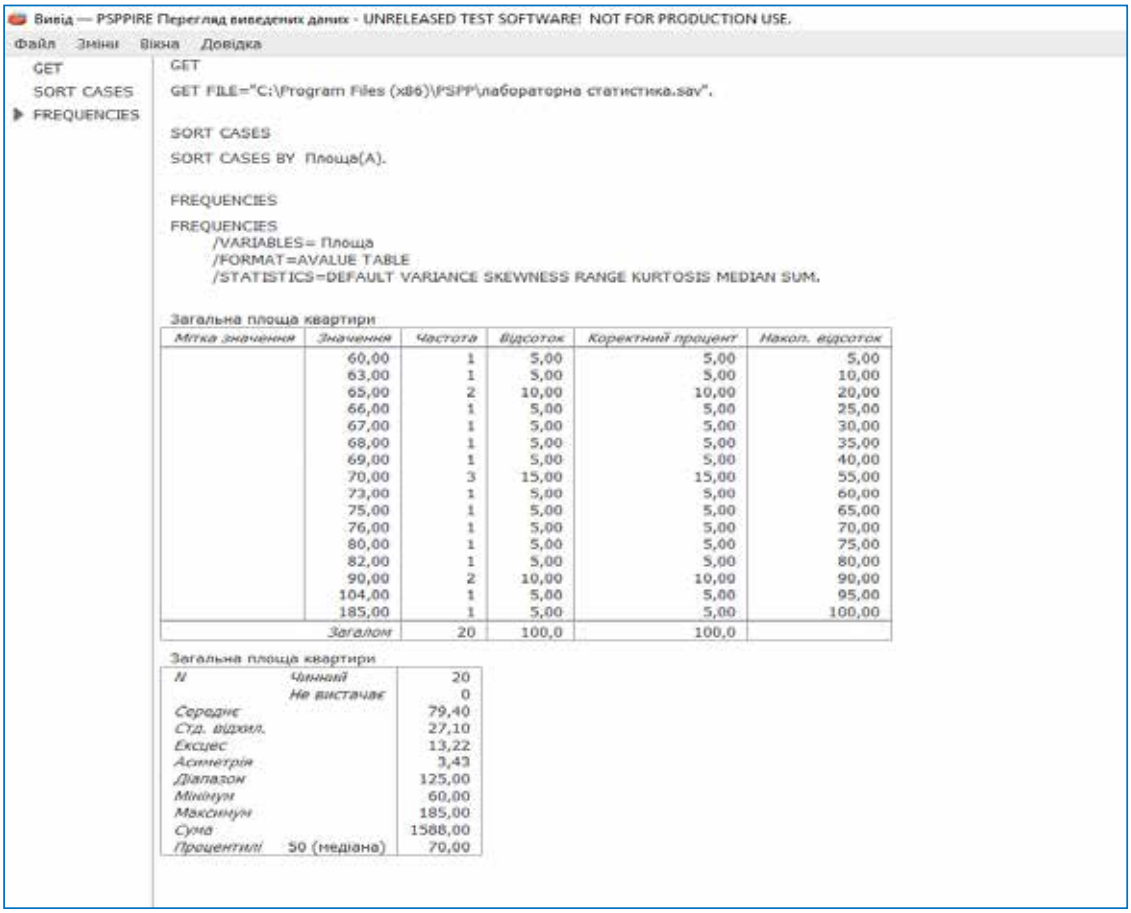


Рис. 6. Результати створення дискретного ряду розподілу в PSPP

Джерело: створено автором

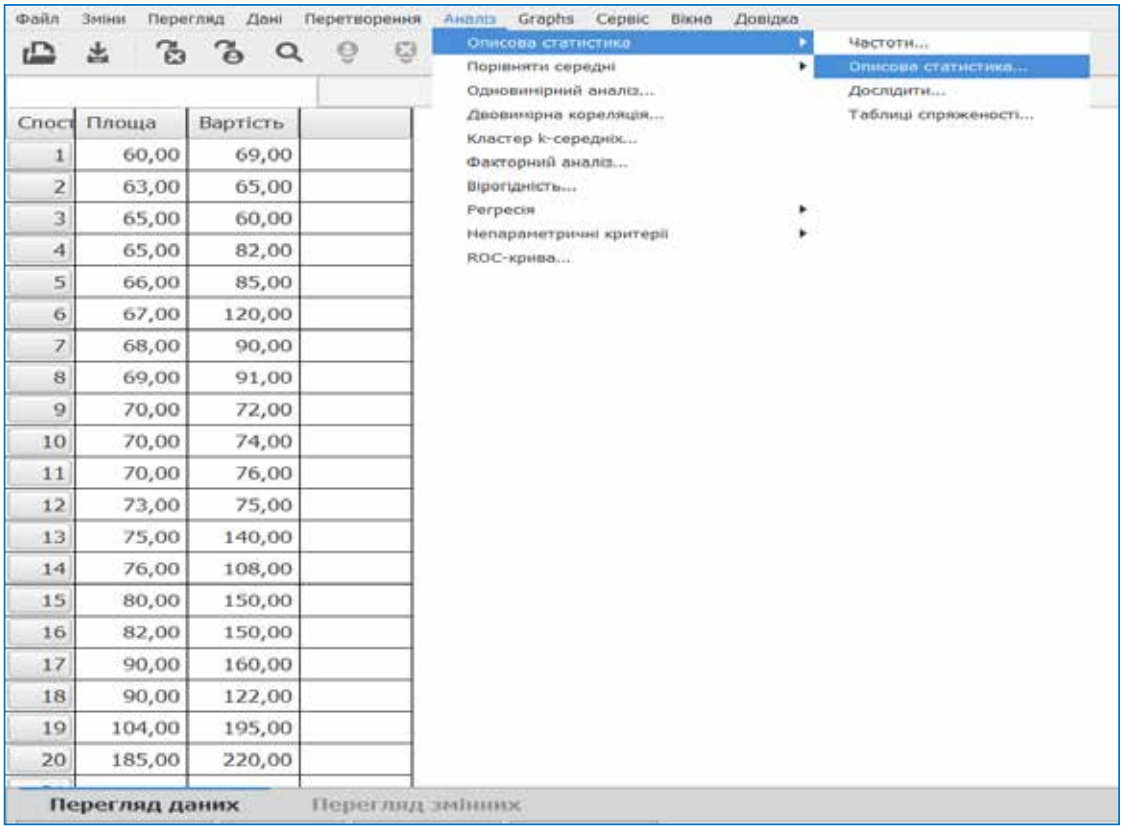


Рис. 7. Використання вкладки «Аналіз» – «Описова статистика» в PSPP

Джерело: створено автором

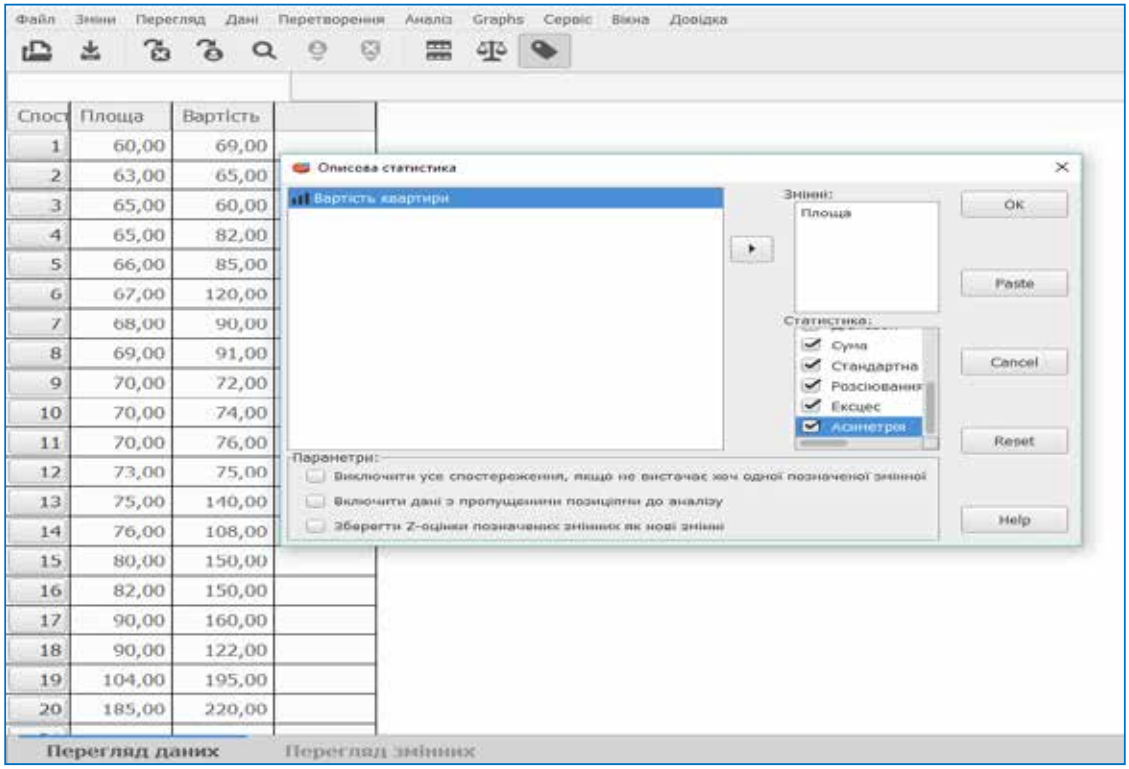


Рис. 8. Заповнення віконечка «Описова статистика» в PSPP

Джерело: створено автором

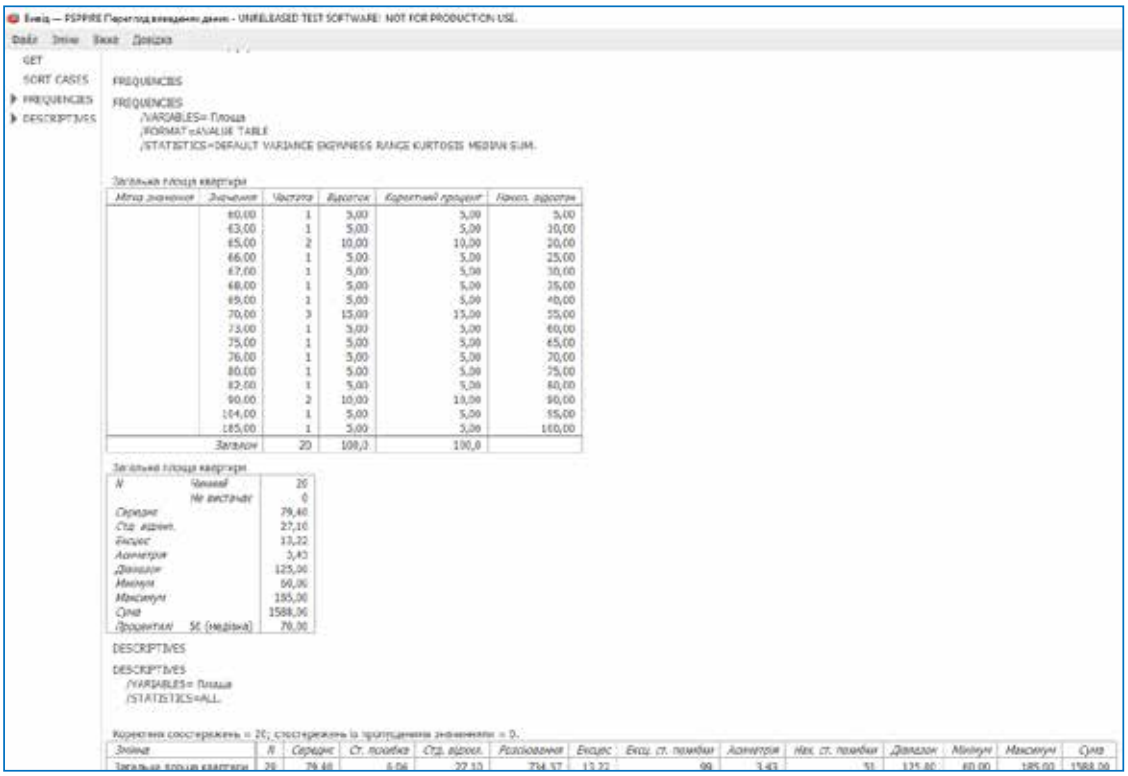


Рис. 9. Показники описової статистики в PSPP

Джерело: створено автором

тативної величин, а саме тим, яку природу вони мають – якісну або кількісну.

Якщо змінні є кількісними показниками, то для аналізу їх взаємозв'язку можна застосувати кореляційно-регресійний аналіз.

Кореляційно-регресійний аналіз, як випливає з назви, складається з двох незалежних етапів – кореляційного та регресійного. Мета першого – виявлення сили взаємозв'язку результативної та факторної змінної (або змінних), другого – виду і параметрів такої залежності.

Силу взаємозв'язку зазвичай оцінюють за допомогою різних показників тісноти зв'язку, серед яких можна виділити непараметричні, або емпіричні: коефіцієнт кореляції рангів (коефіцієнт Спірмена), коефіцієнт Кендала, ранговий коефіцієнт згоди (коефіцієнт конкордації) і коефіцієнт взаємної спряженості Пірсона і параметричні, виведені строго математично: коефіцієнт кореляції знаків (коефіцієнт Фіхнера), коефіцієнт коваріації, лінійний коефіцієнт кореляції Пірсона, коефіцієнт детермінації та емпіричне кореляційне відношення.

Для визначення парного коефіцієнта кореляції в PSPP на вкладці «Аналіз» відзначаємо курсором «Двомірна кореляція» (рис. 10):

Заповнюємо віконечко для обрахування коефіцієнта кореляції (рис. 11).

Окремим файлом PSPP виведе результати обчислення, про що повідомить мерехтіння значка PSPP (рис. 13).

Регресійний аналіз полягає у наближенні досліджуваного ряду розподілу результативного показника до ряду, який приблизно описує відповідність між результативною та факторними ознаками при цьому завдяки наближенню за можливості виключається дія випадкових факторів. Послідовність проходження регресійного аналізу така:

1. *Побудова емпіричної регресії.* На даному етапі передбачається побудова емпіричної лінії регресії на основі групування (аналітичного або комбінаційного) досліджуваної сукупності за факторною ознакою з визначенням середньозважених значень у кожній групі.

Емпірична регресія не передбачає виведення аналітичного виразу, що описує відповідність значень ознак, у результаті чого прогнозування ускладнено. Тут можливі два випадки:

1) Якщо значення факторної ознаки буде знаходитися в межах досліджуваного діапазону або на «розумній» відстані від нього, то вона буде належати до тієї чи іншої групи значень, якій буде відповідати середнє значення результативної ознаки. Але такі середні значення часто дуже грубо апроксимують дійсні значення результативної, оскільки для отримання статистично стійких груп необхідна досить велика кількість спостережень, що належать широкому діапазону значень, тому групові середні досить далеко знаходяться одна від одної. У такому разі для отримання

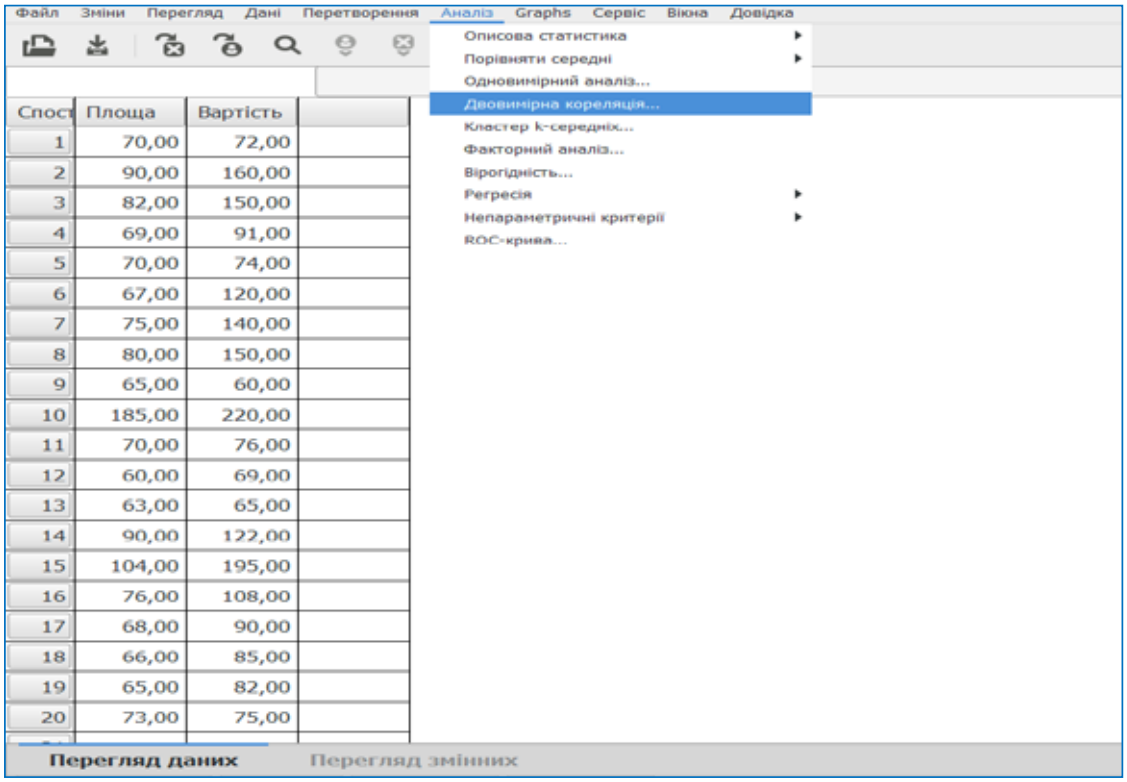


Рис. 10. Визначення парного коефіцієнта кореляції в PSPP

Джерело: створено автором

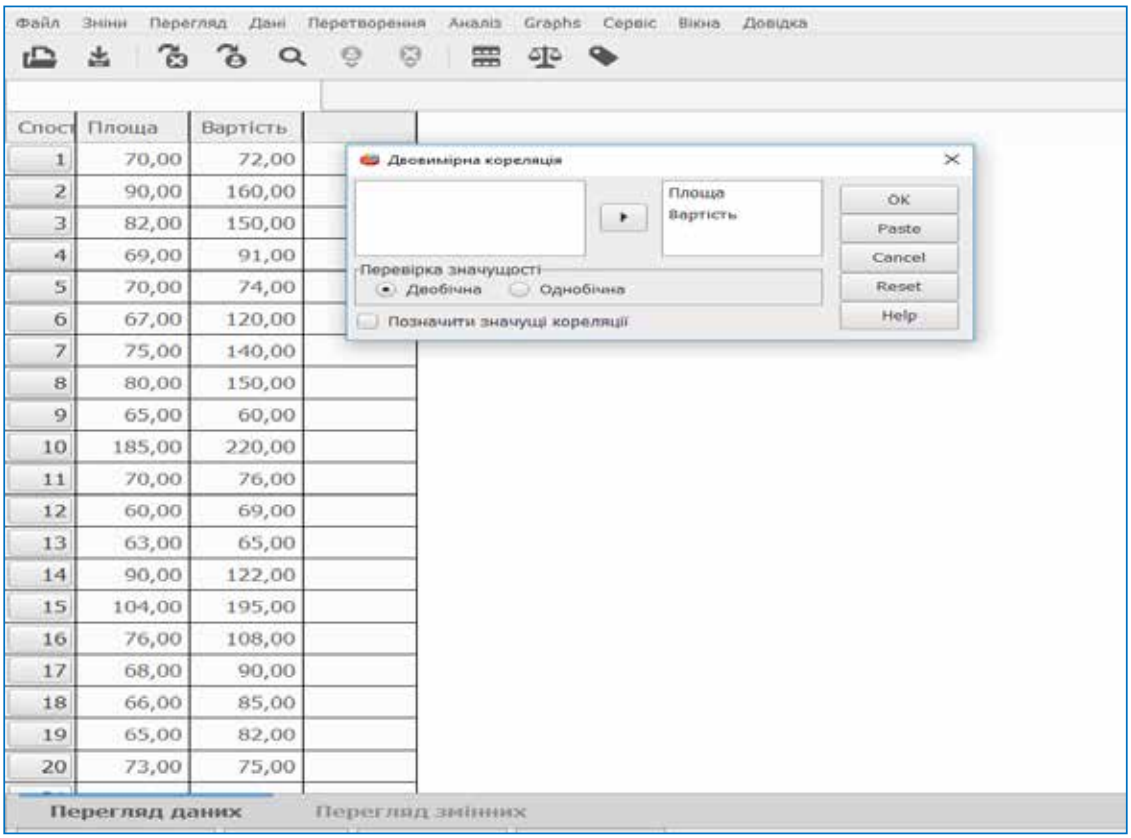
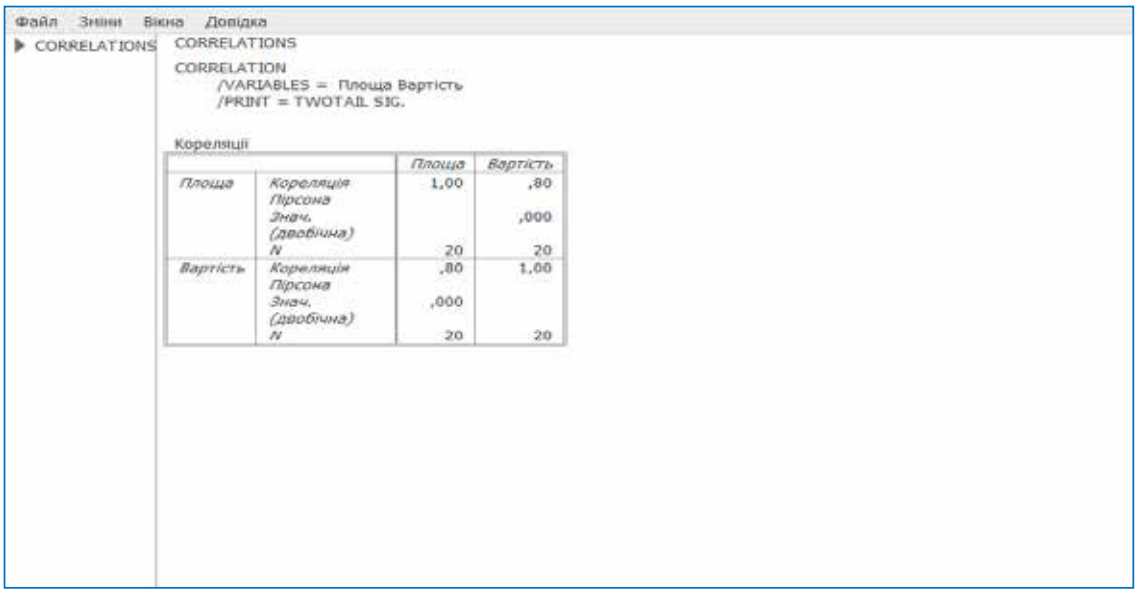


Рис. 11. Заповнення віконечка PSPP для визначення парного коефіцієнта кореляції

Джерело: створено автором



		Площа	Вартість
Площа	Кореляція Пірсона	1,00	,80
	Знач. (двобічна)		,000
	N	20	20
Вартість	Кореляція Пірсона	,80	1,00
	Знач. (двобічна)	,000	
	N	20	20

Рис. 12. Результати визначення щільності зв'язку між ознаками

Джерело: створено автором

прогнозного значення результативної ознаки необхідним є застосування методів екстраполяції або інтерполяції.

2) Значення факторної ознаки є «викидом» або потрібно спрогнозувати значення результативної ознаки на досить віддалений момент часу. Це завдання із застосуванням тільки емпіричної регресії не вирішити.

У силу зазначених причин побудова емпіричної регресії дає змогу виявити наявність і спрямованість та приблизно визначити її вид. Далі слід провести розрахунок параметрів залежно від методів аналітичної регресії.

2. *Побудова аналітичної регресії.* Побудова аналітичної регресії передбачає виведення функціональної залежності між факторними та результативною ознаками.

Першим етапом побудови аналітичної регресії є вибір виду залежності (специфікації моделі). На другому етапі визначають параметри залежності для вибраної специфікації моделі.

Необхідно відзначити, що вибір виду функціональної залежності є настільки ж важливим, як і найменш теоретично обґрунтованим. Вибір виду аналітичної залежності здійснюється з використанням одного з методів:

– графічного – на основі візуального аналізу кореляційного поля (графіка розсіювання даних);

– аналітичного – на основі аналізу накопиченої інформації про досліджуване явище;

– експериментального – методом перебору різних моделей і порівняння таких їх якісних показників, як залишкова дисперсія та середня помилка апроксимації.

Залежно від виду специфікації моделі розрізняють лінійну регресію і нелінійні регресійні моделі. Лінійна регресійна модель зображується поліномом першого ступеня. Нелінійна може проявлятися як у відношенні пояснюючих змінних, так і щодо оцінюваних параметрів.

Параметри залежності найчастіше оцінюють на підставі вибіркових даних із застосуванням методу найменших квадратів, який полягає у мінімізації функції суми квадратів різниці між функціональними й емпіричними значеннями залежної змінної (залишків).

Залежно від того, скільки факторних ознак включають у дослідження, розрізняють парну і множинну регресію (в першому випадку розглядається одна факторна ознака, у другому їх може бути декілька), а від виду функціональної залежності, до якої наближають досліджуваний ряд – лінійну і нелінійні регресії.

У разі парної лінійної регресії залежність між результативною та факторною ознаками (обидві з яких представлені в метричній шкалі) в генеральній сукупності представляють у вигляді лінійної функції.

На основі вибіркових даних оцінюються параметри вибіркового рівняння регресії. Розрахувавши параметри рівняння регресії, слід оцінити його якість, тобто ступінь, в якій реальні (спостережені) значення результативної ознаки відповідають теоретичним, розрахованим за аналітичним виразом. Таким чином, можна оцінити прогнозну силу моделі, що вийшла, тобто наскільки за поведінкою факторної ознаки на основі даної моделі можна оцінити поведінку результативної ознаки. Така оцінка базується на розкладанні загальної варіації залежної змінної на два складника: варіацію, зумовлену поведінкою (зміною) факторної ознаки та випадкову варіацію. Ці варіації оцінюються за допомогою таких

показників, як загальна дисперсія, факторна дисперсія і залишкова дисперсія. У реальній ситуації ці параметри невідомі, але їх можна оцінити на основі аналогічних вибіркових показників.

Незміщені оцінки генеральних параметрів знаходять шляхом ділення відповідної суми квадратів відхилень на число ступенів свободи цього виразу.

Оцінка варіації залежної змінної здійснюється за допомогою таких показників, як середня помилка апроксимації, або модуль середнього лінійного відхилення, та коефіцієнт детермінації, який показує частку дисперсії, що пояснюється дією факторної ознаки. У разі парної лінійної регресії коефіцієнтом детермінації є квадрат коефіцієнта кореляції. При цьому слід ураховувати, що розрахунок коефіцієнта детермінації коректний, якщо в рівняння регресії включена константа.

Оскільки коефіцієнт детермінації розраховується на підставі тільки вибіркових даних, то необхідно оцінити його значимість для всієї сукупності, тобто розрахувати рівень його значущості на підставі даних про обсяг вибірки. Значимість коефіцієнта детермінації оцінюється за допомогою F-критерію Фішера.

Для сукупностей з обсягом n <30, окрім аналізу варіації залежної змінної, проводять аналіз варіації параметрів регресії, тобто оцінюють, наскільки їх вибіркові оцінки відхиляються від дійсних значень і наскільки такі оцінки значущі. Дійсно, оцінки параметрів регресії, так само як і величину результативної ознаки в моделі, можна представити у вигляді суми двох складників – випадкового і невипадкового. Невипадковий буде відповідати дійсному значенню параметра, випадковий – відхиленню від цього дійсного значення.

На основі оцінок стандартних відхилень параметрів регресії та їхніх індивідуальних значень можна перевіряти гіпотези рівності коефіцієнтів регресії заданим величинам. Для цього визначається значення t-критерію, що розраховується як відношення різниці наявної оцінки коефіцієнта і заданої величини до оцінки стандартного відхилення коефіцієнта.

Якщо отримана величина t-критерію більша за критичне його значення для заданого рівня значущості, то різниця є значущою і гіпотеза рівності даного параметра регресії заданої величиною відхиляється.

Для визначення показників регресійної статистики в PSPP необхідно виконати такі кроки: «Аналіз» → «Регресія» → «Лінійна» (рис. 13).

Заповнюємо віконечко (рис. 14).

Результати будуть надані окремим файлом результатів (рис. 15).

Заключним етапом усіх статистичних розрахунків є аналіз отриманих результатів.

Етап аналізу отриманої інформації − це зіставлення отриманої про вивчений об’єкт інформації з уже відомим об’ємом знань про нього.

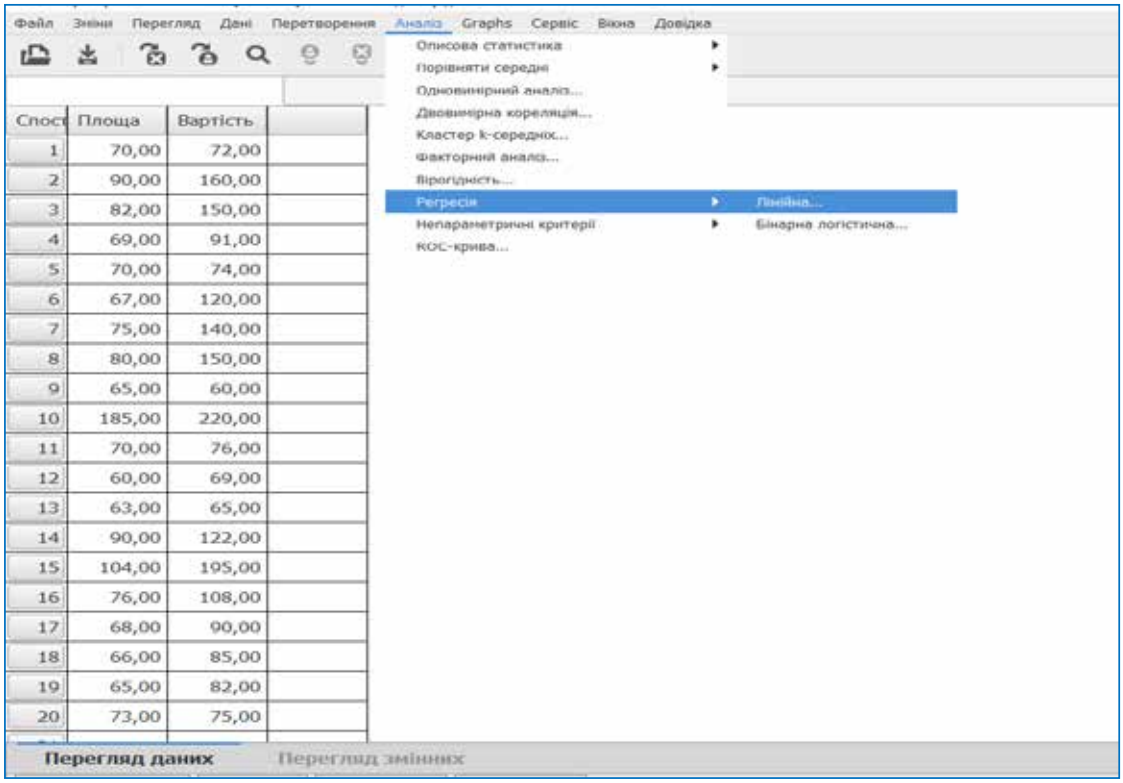


Рис. 13. Визначення лінійної регресії в PSPP

Джерело: створено автором

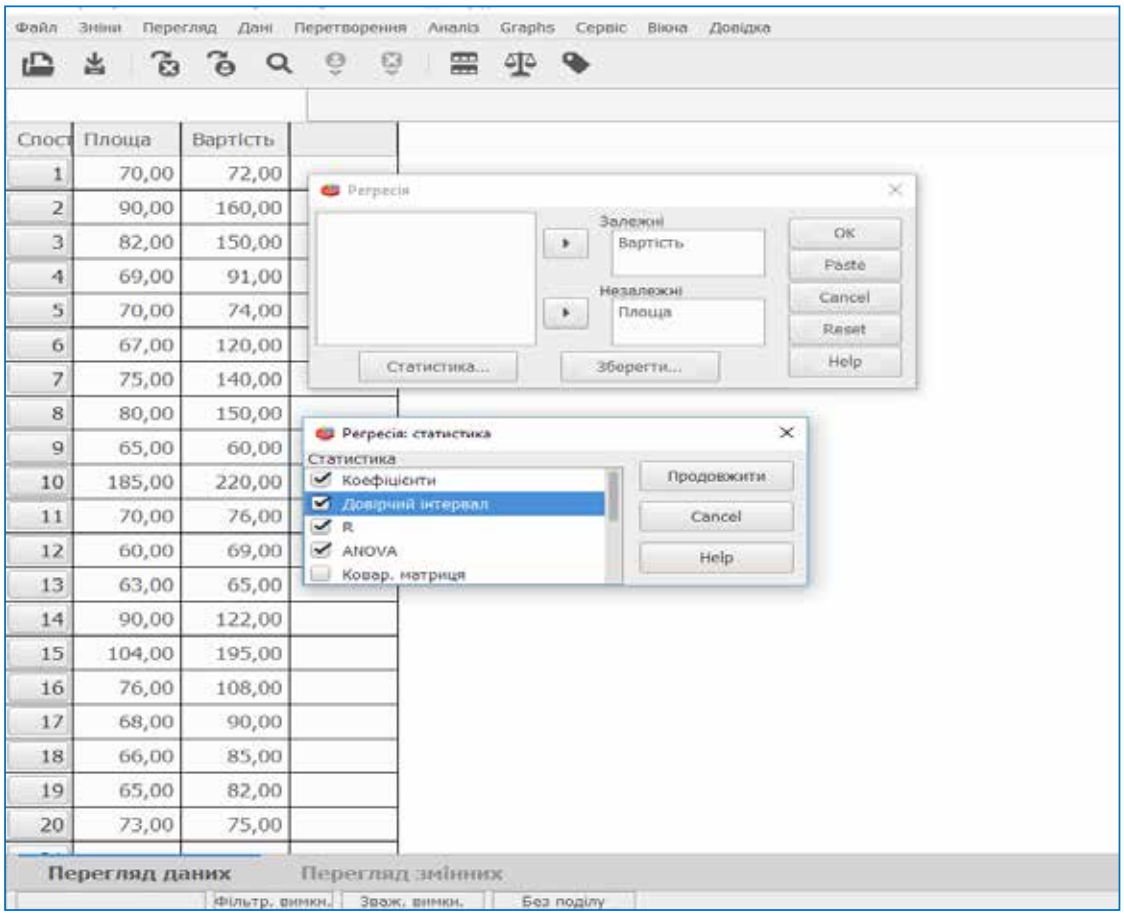


Рис. 14. Обчислення показників регресії в PSPP

Джерело: створено автором

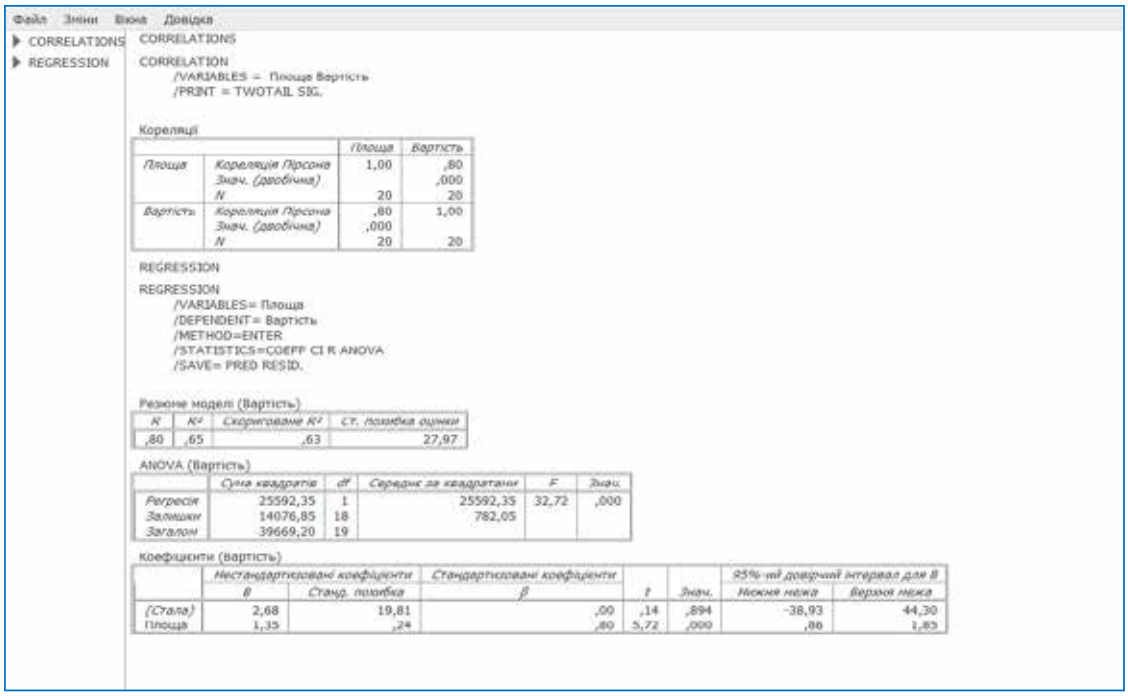


Рис. 15. Результати регресійного аналізу в PSPP

Джерело: створено автором

Основною метою аналізу даних дослідження є пояснення змісту окремих результатів, об'єднання і виділення узагальнюючих положень, зведення їх в одну теоретичну систему.

Для отримання надійних і достовірних результатів емпіричного аналізу варто дотримуватися низки вимог:

1) дослідник повинен мати уявлення про логіку використаних статистичних методів;

2) застосовувати правильно підібрані статистичні методи для аналізу даних досліджень, адже множина статистичних методів буває достатньо різноманітною залежно від типу дослідження: емпіричного, прикладного або теоретичного.

3) варто попередньо провести пробну обробку на невеликій кількості масиву даних.

У процесі аналізу та узагальнення результатів умовно можна виділити кілька етапів:

1) упорядкування, класифікації, групування даних згідно з дослідницькими гіпотезами;

2) узагальнення даних, перевірку значущості й достовірності числових характеристик;

3) перевірку дослідницьких гіпотез за допомогою отриманих числових характеристик.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даномунапрямку. Отже, для проведення глибокого та ефективного статистичного аналізу доцільно використовувати методи описової статистики, кореляційного та регресійного аналізу. Швидко та ефективно обробити інформацію за даними напрямами аналізу можна за допомогою універсальної програми PSPP, яка має широкий спектр можливостей статистичної обробки даних, не потребує коштів на придбання та обслуговування, а також глибокої математичної підготовки користувачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Огляд програмних засобів статистичного аналізу даних / М.В. Роїк, О.І. Присяжнюк, В.О. Денисюк. Ефективна економіка. 2017. № 7. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5676.

2. Айвазян С.А., Степанов В.С. Программное обеспечение по статистическому анализу данных: методология сравнительного анализа и выборочный обзор рынка. URL: http://pubhealth.spb.ru/SAS/STatProg.htm.

3. Василенко Ж.В. Программное обеспечение по статистическому анализу данных. Методология сравнительного анализа. URL: http://www.giac.unibel.by/sm_full.aspx?guid =8313.

4. Майборода Р.Є., Сугакова О.В. Статистичний аналіз даних за допомогою пакету STATISTICA. URL: http://matphys.rpd.univ.kiev.ua/downloads/courses/mmatstat/StatAn.doc.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 519.8

ДО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ

TO REGULATION OF THE MARKET FOR NATURAL GAS

Горбачук В.М.
доктор фізико-математичних наук,
старший науковий співробітник,
Інститут кібернетики імені В.М. Глушкова
Національної академії наук України

Дунаєвський М.С.
магістр, аспірант,
Інститут кібернетики імені В.М. Глушкова
Національної академії наук України

Неботов П.Г.
магістр, директор,
Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

Засаднича причина існування громадського сектору полягає у тому, що повністю нерегульована економічна діяльність не може бути досить складною: економіка не працюватиме ефективно без прав власності (правил, за якими визначається володіння власністю) чи контрактних законів (правил, за якими ведеться торгівля).

Ключові слова: *громадський сектор, суспільний добробут, контрактні закони, стимулювання, право, держава, ефективність.*

Базовая причина существования общественного сектора состоит в том, что полностью нерегулированная экономическая деятельность не может быть достаточно сложной: экономика не будет работать эффективно без прав собственности (правил, по которым определяется владение собственностью) или контрактных законов (правил, по которым ведется торговля).

Ключевые слова: *общественный сектор, общественное благосостояние, контрактные законы, стимулирование, право, государство, эффективность.*

The basic reason for existence of a public sector is that fully unregulated economic activity cannot be sufficiently complex: an economy will not work efficiently without property rights (the rules defining the ownership of property) or contract laws (the rules defining the conduct of trade).

Key words: *public sector, social welfare, contract laws, stimulation, law, state, efficiency.*

Постановка проблеми. Відомий підприємець Ілон Маск у своєму Twitter 11 серпня 2017 р. визнає необхідність державного регулювання: «Будь-кому не подобається бути регульованим, але регулюється все (автомобілі, літаки, харчі, ліки тощо), що становить небезпеку для громадськості. Штучний інтелект має регулюватися теж». На думку Ілона Маска (й авторів), нерегульований штучний інтелект є найбільшою загрозою для людства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Без прав власності не відбуватиметься задовільного обміну товарами через відсутність довіри, яка передбачається сторонами контракту. Англійський філософ Томас Гоббс (1588–1679), який свого часу був викладачем математики британського короля Карла II (1630–1685), вважав державу соціальним контрактом, що дає змогу людям уникати анархічного «стану природи», де їхня конкуренція у прагненні особистої вигоди вестиме до руйнівної «війни всіх проти всіх». У розділі XIII «Про природний стан людства в його стосунку до щастя і злиднів людей»

своєї праці «Левіафан» (перекладеній у 2000 р. видавництвом «Дух і Літера») Гоббс зазначав наслідки такої війни: «У такому становищі немає місця для працелюбства, бо плоди його непевні: і внаслідок цього немає ні землеробства, ні мореплавства, ні торгівлі заморськими товарами, ні зручних будівель, ні засобів руху та переміщення речей, що вимагають великої сили, ні знання земної поверхні, ні врахування часу, ні мистецтв, ні письма, ні суспільства, а найгірше понад усе це – постійний страх і небезпека насильницької смерті, і життя людини – самотнє, бідне, безпросвітне, тупе й коротке».

Інститут права власності – це перший крок від такої анархії. За відсутності прав власності було б неможливо втілювати будь-яку заборону злодійства. Крадіжка демотивує підприємництво, бо крадені виграші можуть присвоюватися сторонніми. Крім того, крадіжка веде до використання ресурсів на непродуктивну справу запобігання злодійству.

Недостатньо вивченим є застосування принципів державного регулювання до ринку природного газу, важливого для України.

Постановка завдання. 17 травня 2012 р. на міжнародній конференції «Реформування прокуратури в Україні: європейські стандарти і зарубіжний досвід» у Києві Надзвичайний і Повноважний Посол США в Україні Джон Теффт зазначав, що в Україні на той час працювало близько 11 тис. прокурорів, що «в розрахунку на душу населення є надзвичайно високим рівнем», і додав, що на 100 тис. населення у Франції, Італії, Іспанії чи Німеччині припадає від 3 до 6 прокурорів, в Україні – 21 прокурор. Посол сказав, що така велика кількість прокурорів у поєднанні з низькими офіційними зарплатами веде до корупційних ризиків. Відповідно у процесі реформування органів прокуратури України необхідно суттєво підвищувати зарплату прокурорам за рахунок оптимізації чисельності прокурорів. Посол наголосив, що прокурори наділені і мають бути наділені важливими повноваженнями в системі кримінального судочинства: використовувати ресурси держави з метою звинувачення співгромадян у скоєнні злочинів і притягати їх до суду з можливим позбавленням волі. Посол також сказав: «Якщо ці повноваження не регулюються, не дотримуються закону, то загрожують не лише знищенням особистості, але й руйнуванням самої основи демократичного суспільства, тобто довіри народу до верховенства права». Посол нагадав, що прокуратура в Україні продовжувала виконувати функцію загального нагляду, що стало предметом критики Венеціанської комісії. За словами Посла, щоб виконати свої міжнародні зобов'язання перед Радою Європи щодо реформування прокуратури і додержуватися європейських цінностей, повноваження здійснювати цю функцію має бути ліквідоване. Посол США закликав владу Україну проводити такі реформи, які б захищали права кожного українця. Через два роки в Україні відбулися позачергові президентські вибори.

Виклад основного матеріалу дослідження. Контрактні закони визначають правила обміну. Ці закони існують, щоб гарантувати учасникам торгівлі отримання того, чого вони очікують від торгівлі, а також мати відкритий шлях, щоб вимагати компенсації в інших ситуаціях. Формалізація ваг і мір, зобов'язання надавати гарантії на продукт є прикладами контрактних законів. Ці закони сприяють торгівлі, усуваючи деяку невизначеність у трансакціях.

Встановлення прав власності та контрактних законів не є достатнім для дотримання правил торгівлі та запобігання злодійству. Ці права і закони мають обмежений вплив, якщо вони не забезпечуються поліцією та не захищаються правом. Таке втілення законів не може забезпечуватися безкоштовно: слід наймати посадових осіб для примусових заходів і забезпечувати суди, в яких можна вимагати задоволення позовів. Крім того, розвинене суспільство стикається з потребою втілення загальніших кримінальних законів: коли країна розвиває свою економічну діяльність, то потребуватиме захисту своїх виграшів від викрадення сторонніми. Це означає оборону нації. Національна оборона нерідко ставала досить дорогою суспільною діяльністю.

Водночас під час задоволення мінімальних вимог втілення контрактних і кримінальних законів, а також забезпечення державної функції оборони треба знайти джерело доходу для фінансування такого задоволення і забезпечення. Потреба у такому джерелі передбачає збір надходжень – послугу, що може надаватися державними чи приватними організаціями. Ця послуга необхідна у будь-якій економіці, що прагне стати розвиненою. Здійснення цієї послуги центральним урядом не завжди ефективне. Тому природна роль громадського сектора полягає в координації зборів надходжень і забезпеченні служб, щоб гарантувати досягнення ефективності економічної діяльності.

Таким чином, досягнення найменшого рівня економічної організації пов'язане з вимогами фінансування генерації деяких неминучих надходжень. Тоді основна роль громадського сектору – це сприяння досягненню економічної ефективності шляхом забезпечення середовища, в якому може процвітати торгівля. Держава насамперед забезпечує та охороняє контрактні закони, захищає економіку від сторонніх. Без виконання цих мінімальних функцій держави організована економічна діяльність не відбуватиметься. Тому потрібен принаймні мінімальний державний устрій, а отже, потрібен громадський сектор і потрібні громадські видатки.

Оскільки ефективна організація економічної діяльності породжує потребу у громадських видатках, то роль громадської економіки (економіки громадського сектору) полягає у визначенні способів збору відповідних надходжень.

Такий збір має здійснюватися з якнайменшими витратами економіки. Ці витрати є наслідком викривлення суспільного вибору під час оподаткування. Громадська економіка має на меті розуміння цих викривлень і пояснення методів мінімізації їхнього впливу.

Крім цих фундаментальних вимог для організованої економічної діяльності, є інші ситуації, де втручання в економіку може потенційно збільшувати добробут. На відміну від мінімального забезпечення потрібних надходжень, в інших ситуаціях завжди спостерігатиметься деяка змагальність стосовно додаткового втручання незалежно від його підстав. Серед ситуацій, де втручання може бути виправдане, виділяють дві категорії – ті, які включають провал ринку, і всі інші.

За наявності провалу ринку з'являються аргументи про доцільність урядового втручання в ринок. Наприклад, якщо економічна діяльність породжує зовнішні ефекти (ефекти від одного учасника економіки для іншого учасника без згоди останнього), то існує розходження між приватними і соціальними оцінками за неефективності конкурентного результату, що створює можливості для державного втручання. Державне втручання може також поширюватися на інші випадки провалу ринку, пов'язані з існуванням громадських продуктів і недосконалою конкуренцією. Реагуванням на такі провали ринку є державне втручання на підставах досягнення ефективності.

При цьому необхідність державного втручання не означає, що воно завжди буде виграшним. У кожному випадку провалу ринку слід доводити, що громадський сектор здатний поліпшувати те, чого може досягати нерегульована економіка. Таке доведення не є можливим за обмежень на вибір стратегічних засобів або на урядову інформацію. Державне втручання є небажаним, коли уряд не є доброзичливим у ставленні до громадян держави. Різноманітні недосконалості громадського втручання визначають теми громадської економіки.

Позаяк деякі корисні поради є наслідком припущення про існування всемогутньої, всезнаючої і доброзичливої особи, яка приймає рішення, на практиці таке припущення може давати дуже оманливі ідеї щодо можливостей виграшного втручання такої особи. Слід визнати, що дії держави і допустимі стратегії, які вона може вибирати, часто обмежуються тими самими рисами економіки, які ведуть до неефективного ринкового результату. Тому роль громадської економіки полягає у визначенні доцільного ступеня громадського сектора чи меж державного втручання. Наприклад, коли ринкам не вдається досягати ефективності за недосконалої інформації, то для визначення оцінки урядового втручання важливо знати, чи уряд може досягати кращого результату за цих інформаційних обмежень.

Природна монополія веде до вищої ціни і меншого випуску відносно їхніх суспільно оптимальних рівнів. Цей факт є однією з підстав для регулювання природних монополій. Іншим наслідком монопольних цін і випуску є зсув доходів від споживачів до виробників. Крім того, цінове регулювання може виражати політичні й економічні інтереси фірм під час захисту від конкурентів. Тому важливо вивчати питання впливу природних монополій на економічну ефективність, а також відповідні форми регулювання.

Ринок не досягає виробничої та розподільчої ефективності за технології, яка породжує природну монополію галузі. Така галузева структура виникає, коли за цієї технології одна фірма задовольняє попит із меншими витратами, ніж кілька фірм [1].

Природна монополія може бути наслідком економії від масштабу під час виробництва (та продажу) продукту, коли функція граничних витрат (marginal cost, $MC(Q)$) фірми (залежна від обсягу (quantity) Q виробленого продукту) менша від функції середніх загальних витрат (average total cost, $ATC(Q)$). Тоді фіксовані витрати можуть стати бар'єром для входу іншої фірми у цей ринок [2]. За відсутності цінової дискримінації фірма і регулятор можуть встановлювати лише єдину ринкову ціну. За відсутності регулювання фірма, максимізуючи свій прибуток, встановлює монопольні ціну (price) $P(Q_m)$ і випуск Q_m, за яких гранична виручка дорівнює $MC(Q_m)$. Проте виробнича ефективність досягається у точці мінімуму функції $ATC(Q)$, а розподільча (allocative) ефективність – у точці Q_a перетину функцій $MC(Q)$ та (оберненого) попиту $P(Q)$. Незворотні втрати внаслідок монопольної ціни дорівнюють площі $\frac{(P_m - MC(Q))(Q_a - Q_m)}{2}$ під функцією попиту $P(Q)$, над лінією $P = MC(Q)$, між точкою $(Q_a, P(Q_a))$ і відрізком проекції точки $(Q_m, P(Q_m))$ на вісь абсцис (значень Q). Якщо природна монополія виробляє декілька продуктів, то слід брати до уваги ринок кожного продукту.

За наявності регулювання теоретично можна встановити суспільно ефективну (efficient) ціну $P_e = P(Q_a)$. До такої ціни може вести як конкуренція на ринку, так і конкуренція за ринок [3, 4]. Така ціна дозволяє досягати розподільчої ефективності. Проте розподільча ефективність не означає виробничої ефективності тому, що мінімум функції $ATC(Q)$ досягається у точці, яка перевищує максимальний обсяг попиту (значення Q_a ближче до цієї точки, ніж значення Q_m). Якщо фірма встановлює ціну P_e, виробляючи обсяг Q_a продукту, то її виручка не покриватиме виробничі витрати, зокрема фіксовані витрати. Тому завдання регулятора – запропонувати механізм беззбитковості фірми на цьому ринку. Цей механізм може включати субсидію фірмі, рівну фіксованим витратам. Оскільки за загальної рівноваги така субсидія може спотворювати інші ринки, то ефективність на регульованому ринку може досягатися за рахунок неефективності на інших ринках. Якщо

природна монополія виникає тому, що функція $C(Q)$ витрат (costs) має властивість субадитивності $C(Q) < \sum_{i=1}^{n} C(q_i)$ при $Q = \sum_{i=1}^{n} q_i$ [1], але економія від масштабу зникає за досить великих Q, то ціноутворення на рівні граничних витрат $P(Q_a) = MC(Q)$ дає змогу досягати ефективності без субсидії.

Коли надання субсидії фірмі не є політично доцільним (feasible), то регулятор може встановити ціну $P_f = P(Q_f) = ATC(Q_f) > P_e$, за якої перетинаються функції попиту і середніх загальних витрат. Така ціна є найменшою, що покриває всі витрати фірми. За такої ціни незворотні втрати зменшуються, а суспільний добробут збільшується (порівняно з ринковою монопольною ціною) на площу під функцією попиту $P(Q)$, над лінією $P = P_f$, між точкою (Q_f, $P(Q_f)$) і відрізком проекції точки (Q_m, $P(Q_m)$) на вісь абсцис; незворотні втрати дорівнюють площі під функцією попиту $P(Q)$, над лінією $P = MC(Q)$, між точкою (Q_a, $P(Q_a)$) і відрізком проекції точки (Q_f, $P(Q_f)$) на вісь абсцис.

Є багато інших допустимих схем ціноутворення, які дають змогу досягати суспільного оптимуму. Загалом вони відходять від припущення про те, що фірма може встановлювати тільки єдину ціну. Наприклад, коли допускається цінова дискримінація, то регулятор може вимагати від фірми продавати продукт за ціною P_f багатшим споживачам, які готові і спроможні купувати цей продукт за такою ціною, і продавати продукт за нижчою ціною P_e біднішим споживачам, які є спроможними купувати цей продукт за такою ціною, але не є спроможними купувати цей продукт за вищою ціною P_f. Виручка від продажу продукту за ціною P_e покриватиме змінні витрати на задоволення попиту бідніших споживачів, а виручка від продажу продукту за ціною P_f покриватиме змінні витрати на задоволення попиту багатших споживачів, а також усі фіксовані витрати.

Цінова дискримінація пов'язана з практичними проблемами класифікації споживачів на дві категорії ціноутворення та запобігання торгівлі продуктом між споживачами різних категорій. Як правило, будь-який споживач схильний платити нижчу ціну, а тому відноситиме себе до категорії бідніших. Тому фірма має самостійно ідентифікувати своїх клієнтів за категоріями, а також запобігати перепродажу продукту між клієнтами різних категорій.

Крім того, фірма може стягувати різні ціни за різні обсяги купленого продукту. У такій схемі двочастинного тарифу [2] кожний клієнт платить щомісячний фіксований внесок за доступ до продукту, рівний відношенню загальних фіксованих витрат до загальної кількості клієнтів, і платить додаткову ціну, рівну граничним витратам за кожну спожиту одиницю продукту. Фіксований внесок покриває фіксовані витрати фірми, а додаткова ціна – змінні витрати фірми. Оскільки загальна виручка фірми покриватиме її загальні витрати, то фірма не потребуватиме субсидії. Схема ціноутворення за двочастинним тарифом ефективна лише тоді, коли споживчий надлишок (споживча вартість продукту мінус споживчі витрати на продукт) для споживача з найменшим попитом не менший величини фіксованого внеску; якщо такий надлишок споживача менший величини фіксованого внеску, то цей споживач виходить із ринку, а схема двочастинного тарифу не досягає соціального оптимуму.

Є також інші варіанти нелінійного ціноутворення, різною мірою спрямовані на досягнення ефективності. Наприклад, за блочного ціноутворення [5] споживач платить одну ціну за перший блок використаного продукту (скажімо, за 1000 куб. м використаного природного газу), другу ціну – за другий блок, третю ціну – за третій блок, тощо. За стандартного блочного ціноутворення ціна за наступний блок менша, а за нестандартного – більша (блочне ціноутворення – спільна риса постачання газу, електроенергії, води). За стандартного блочного ціноутворення спостерігається цінова дискримінація: оптимальна ціна за перший блок покриває фіксовані витрати фірми, а ціна за наступний блок рівна граничним витратам фірми для задоволення відповідного наступного обсягу попиту.

Блочне ціноутворення також можна використовувати у двочастинному чи багаточастинному тарифі. Тоді стандартне блочне ціноутворення змушуватиме деяких споживачів виходити з ринку за досить високого фіксованого внеску. Щоб утримувати споживачів на ринку і збільшувати ефективність, можна знижувати цей внесок за рахунок підвищення цін на перші одиниці спожитого продукту. Нестандартне блочне ціноутворення застосовують не для досягнення ефективності, а для перерозподілу доходів (наприклад, у м. Медельїн (Колумбія) під час встановлення тарифів за електроенергію [6]) або стимулювання економії (наприклад, у кількох муніципалітетах шт. Каліфорнія (США) під час встановлення тарифів за воду у 1980-х роках).

Отже, певне цінове регулювання може збільшувати суспільний добробут відносно ринкового результату. Встановлення ціни $P(Q_a) = MC(Q)$ теоретично дозволяє досягати суспільного оптимуму.

Традиційний підхід до цінового регулювання (зокрема, у галузях природних монополій) полягає в регулюванні рівня віддачі (який постійно відстежується на фінансових ринках), яке, в свою чергу, має свої проблеми. При цьому регулятор встановлює такі ціни, що фірма (підприємство комунальних послуг, ПКП) дістає дозволену (адекватну, справедливу) віддачу на свої інвестиції. Незважаючи на простоту цієї форми регулювання, що дозволятиме досягати цін на рівні допустимих середніх загальних витрат, на практиці такі ціни не досягаються, бо цей регуляторний механізм не дає фірмі стимулів мінімізувати

свої витрати. Прикладом цього регулювання є встановлення ціни $P_f = P(Q_f) = ATC(Q_f)$, яка дозволяє досягати конкурентного рівня віддачі.

Якщо історично у більшості країн обирають громадську власність як звичний метод для контролю природних монополій, то у США загалом відділяють власність фірм від урядових інститутів (агентств), які їх регулюють [7]. У США ПКП, які задовольняють більшість попиту, перебувають у власності інвесторів. Зазвичай цим підприємствам надають франшизу (монополію) у географічній області в обмін на регулювання. Через світові тенденції до приватизації регулюючі органи, зокрема України, застосовують досвід США.

У США місцевий (роздрібний) розподіл електроенергії та природного газу, послуги місцевого зв'язку, приватні системи водопостачання (такі комунальні системи найчастіше є муніципальною власністю) регулюються незалежною комісією комунальних послуг штату (public utility commission, PUC). Тарифи міжміського зв'язку, оптові трансакції з електроенергією та природним газом аналогічно регулювалися федеральним агентством США, бо за Конституцією США трансакції між штатами належать до компетенції федерального уряду. Така комісія складається з комісіонерів (кількість членів комісії не менша 1 і не більша 7), які можуть обиратися чи висуватися губернатором штату для затвердження сенатом штату, а також із професійних фахівців. Після згаданих президентських виборів в Україні роль такої комісії виконує Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг.

Ціни встановлюються так, щоб дозволяти ПКП досягати справедливої віддачі на їхні капітальні інвестиції. Крім того, рівень і структура цін можуть брати до уваги інші цілі, наприклад, надання субсидій деяким споживчим групам. Постанова Верховного Суду (ВС) США зобов'язує комісію штату забезпечувати регульованій фірмі справедливий рівень віддачі незалежно від інших цілей ціноутворення. У справі Smyth v. Ames (169 US 466, 1898) ВС США постановив, що «компанія має право вимагати справедливу віддачу на вартість того, що вона застосовує для громадського комфорту». Водночас ВС США постановив, що споживачі теж заслуговують захисту: «при цьому громадськість має право вимагати, щоб від неї забирали не більше, ніж те, чого послуги справді варті».

У справі Federal Power Commission v. Hope Natural Gas Co. (320 US 591, 1944) ВС США постановив, що регульовані фірми мають право на «справедливий і прийнятний» рівень віддачі, щоб кожна така фірма була здатною «успішно працювати, підтримувати свою фінансову цілісність, залучати капітал і надавати компенсації своїм інвесторам за взяті ризики». Для встановлення цінової структури, що породжує справедливий рівень віддачі, комісія штату спочатку визначає вимоги до виручки за комунальну послугу, які включають експлуатаційні видатки, поточну амортизацію, податки, а також добуток дозволеного рівня віддачі та відповідної інвестиційної бази. Ця база може бути вартістю активів, вимірюваною початковою ціною обладнання мінус накопичена амортизація, чи вартістю капіталу з урахуванням витрат на його заміну. Рівень віддачі капіталу має вибиратися досить високим, щоб залучати капітал, і досить низьким, щоб запобігати використанню ринкової влади.

Після цього комісія прогнозує обсяг попиту і зазначає ціни, які регульованій фірмі дозволено стягувати. Часто ПКП пропонує структуру ставок і показує, що вона задовольнятиме вимоги до виручки, виходячи з оновлених наявних даних. Ex post, залежно від спостережуваних рівнів віддачі ПКП, фірма, регулятор або споживча група може пропонувати чи проводити слухання щодо ставок для перегляду цін, коли звітний рівень віддачі суттєво відхиляється (у бік збільшення чи зменшення) від дозволеного рівня віддачі. Крім того, фахівці комісії ведуть періодичний моніторинг роботи фірм і на основі його підсумків можуть пропонувати слухання комісії щодо ставок.

Метод збору інформації і рішення про нові ставки доволі подібний до судових слухань. Покази можуть давати фахівці комісії, фірми (зокрема конкуруючі фірми), споживчі та інші групи. У деяких штатах США представником споживачів є Офіс юрисконсульта з комунальних послуг. Слухання щодо ставок включають презентації свідчень для комісії відповідно до юридичних процедур. Комісія оголошує слухання, публікує правила обов'язкового подання документів (тобто правила, за якими сторонам надається доступ до фактичних даних інших сторін) і регламент слухань. Зазвичай насамперед від ПКП вимагається подати покази у письмовому вигляді, які обґрунтовують пропозиції ПКП щодо зміни ставки. Потім (через 30–90 днів) іншим сторонам дозволяється надавати свої покази, які підтримують або не підтримують пропозиції ПКП. Слухання щодо ставок часто складаються з двох етапів: на першому етапі визначаються вимоги до виручки, а на другому – ставки (рівні віддачі), які дозволятимуть ПКП задовольняти ці вимоги.

Один із предметів слухань стосується витрат, яких зазнає ПКП. Звичайно, питання про експлуатаційні видатки не є дискусійними. Водночас регульовані фірми мають стимул інвестувати у капітал більше ефективного рівня. Тому комісії визначають, чи (капітальні) витрати є виправданими. Коли фірма розширює потужність і будує новий завод, то змінює свою інвестиційну базу лише після завершення будівництва. Якщо новий капітал автоматично додається до інвестиційної бази, то фірми можуть мати стимул інвестувати в заводи, більші потрібного, щоб підвищувати свої прибутки. Регулятори мають повноваження визначати обачність (пруденційність) витрат на додатковий капітал. Обачність визначається тим,

чи цей капітал є необхідним для надання послуги і чи є він ефективним порівняно з альтернативами. Той факт, що капітальні інвестиції можуть не схвалюватися, заохочує фірми до обачних інвестицій та ухилення від ризиків. Більшість штатів США має повноваження вимагати попереднього схвалення капітальних бюджетів без гарантування того, що відповідний капітал враховуватиметься в інвестиційній базі. Найтиповіший приклад відхилення капітального бюджету пов'язаний з будівництвом атомних електростанцій. Фактично рішення комісій про відхилення капітального бюджету дозволили ряду ПКП оголосити про своє банкрутство та скористатися відповідним законодавством США.

Отже, на практиці регулювання дозволеного рівня віддачі зводиться до окреслення дозволених цін, які регульована фірма може стягувати для досягнення такого рівня.

Моделювання поведінки регульованої фірми, що прагне максимізувати прибуток за регуляторного обмеження на досягнутий рівень віддачі, показує, що за вартості капіталу, меншій такого рівня (за беззбитковості фірми), ця фірма 1) не мінімізує витрати, 2) може розширюватися на інші ринки за рахунок надмірних капіталовкладень з метою збільшення інвестиційної бази й агрегованого прибутку, незважаючи на можливі збитки на них, витісняючи звідти конкуруючі фірми чи створюючи там бар'єри для входу [8].

Фірма не мінімізує витрати, бо за вартості капіталу, меншій від регульованого рівня віддачі, дістає прибуток на кожну додаткову одиницю капіталу. При цьому з метою збільшення обсягу продажу регульована фірма схильна встановлювати найменшу можливу ціну [9], залучаючи якнайбільше капіталу. Це створює для фірми стимул інвестувати у капітал більше ефективного рівня за фактичної вартості капіталу відносно цін інших виробничих факторів. Якщо нерегульована фірма має лише два виробничі фактори – працю та капітал, то за оптимального (для себе) виробництва застосовує їх у такому співвідношенні, що граничні витрати на працю дорівнюють граничній виручці від використання праці, а також граничні витрати на капітал дорівнюють граничній виручці від використання капіталу. З іншого боку, регульована фірма дістає виручку не тільки від продажу продукту, виробленого з використанням капіталу, але й від власне капіталу. Оскільки кожна одиниця капіталу регульованої фірми дає більшу виручку, ніж нерегульованої фірми, то регульована фірма має стимул застосовувати більше капіталу, ніж нерегульована фірма. Тоді капіталоозброєність праці регульованої фірми більша, ніж нерегульованої фірми, а собівартість виробництва регульованої фірми перевищує мінімально можливу. Ступінь надмірної капіталізації фірми визначається її здатністю (технологією) замінювати один виробничий фактор іншим. Чим вищий ступінь такої заміни, тим нижча ефективність фірми.

Нехай багатопродуктова фірма може працювати на кількох ринках, а регулятор додає до інвестиційної бази цієї фірми деякий капітал, що використовується фірмою для виробництва на інших ринках. На практиці фірма на різних ринках застосовує спільні виробничі фактори: виробники теплової енергії, наприклад, надають послуги як з опалення, так і з постачання гарячої води. Тоді, виходячи з вищезазначеної логіки надмірної капіталізації, фірма має стимул збільшувати використання капіталу на ринках.

Припустимо, регульована фірма, інвестувавши оптимальний (для себе) обсяг капіталу на цьому ринку 1 і досягнувши дозволеного рівня s_1 віддачі, вивчає можливості інвестування на новому ринку 2 з вартістю капіталу r_2. Якщо її собівартість на новому ринку 2 вища, ніж у конкуруючих фірм, то регульована фірма зазнаватиме збитків на кожній одиниці виробленого (і проданого) нею продукту нового ринку 2. Водночас фірма діставатиме виручку за рахунок регульованого рівня віддачі додаткового капіталу. Таким чином, фірма інвестуватиме на новому ринку 2 до межі x_2 (яку регулятор додає до інвестиційної бази), де граничні втрати від виробництва дорівнюють граничній виручці за рахунок капіталу, залежній від s_1, r_2, x_2. Аналогічно фірма розширюватиметься на ринок 3 і далі. Модель [8] ілюструвалася поведінкою відомої телекомунікаційної монополії AT&T [10]. Отже, регулювання спотворюватиме використання виробничих факторів на цьому ринку, а також породжуватиме неефективність на інших ринках, витісняючи звідти конкурентні фірми і створюючи бар'єри для входу фірм із нижчою собівартістю [11]. Таким чином, практика регулювання рівня віддачі створює для фірм стимули до надмірної капіталізації на регульованому ринку і до неефективної диверсифікації на інших ринках.

Модель [8] стала основою для різноманітних інтерпретацій, узагальнень і розробок із питань регулювання. У цій моделі регулятор не розпізнає стратегічного відгуку фірми на регулювання, а тому не модифікує регуляторний механізм з урахуванням спотворення ринків капіталу. Ця модель допускає механізм регулювання за неповної інформації про витрати регульованої фірми чи попит [9]. Якби регулятор міг спостерігати виробничу функцію та ціни виробничих факторів, то міг би встановлювати ефективну ціну на рівні граничних витрат (з оптимальною капіталоозброєністю праці). Якщо регулятор не спостерігає виробничу функцію та/або ціни виробничих факторів, то формує ціни як деяку функцію витрат, яких зазнає регульована фірма. Прикладом такої функції є формула для регульованої ціни природного газу в Україні. Наслідок моделі [8] є ендогенним (вірогідним) результатом використання механізму [9], де регулятор і регульована фірма мають різну (асиметричну) інформацію щодо витрат і попиту (коли регулятор не може спостерігати всі дії фірми) [12, 13].

Подібним чином виникає регуляторний механізм стратегічних інвестицій фірми у некооперативній моделі відносин між нею і регулятором [14]: правдоподібність регулювання (відгук регулятора на капіталовкладення, який максимізує суспільний добробут) може вести до наслідку моделі [8]. Отже, цей наслідок виникає у різних реалістичних механізмах регулювання, незважаючи на можливе спотворення ринків капіталу.

Оскільки на практиці слухання щодо ставок відбуваються з лагом (із запізненням у часі) після зміни витрат або попиту, то фірма може присвоювати приріст прибутку (поглинати будь-які збитки) за зниження витрат протягом періоду часу (періоду регуляторного лагу) між інвестиціями та слуханнями. Це відновлює для фірми стимул до зниження витрат, причому цей стимул зростає за збільшення регуляторного лагу [15–20].

У моделі [8] фірма знає, що дістане дозволений рівень віддачі на всі її капіталовкладення. Проте на практиці її стимули змінюються, коли регулятор схвалює чи не схвалює ці капіталовкладення (як складники інвестиційної бази) [21–23]. З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій регулятори отримують дедалі більше засобів перевірки фірм. Вважалося, що регуляторна необачність (коли регулятор карає за незадовільні наслідки ex post, а не за незадовільні рішення ex ante) вестиме до недостатньої капіталізації. Водночас аналізом ситуацій регуляторної необачності можна скористатися для зниження схильності фірм йти на ризиковані проекти, для мінімізації витрат фірм [21], для оптимізації штрафів і винагород [23]. Аналіз перевірок пруденційності у контрактах для змінних виробничих факторів спонукає фірми до зміцнення основних фондів і до закупівлі виробничих факторів на спотових ринках [22]. Зниження прибутків регульованих фірм має неоднозначні наслідки для споживачів. Прикладом успішної регульованої фірми є норвезька державна нафтогазова монополія StatOil.

Коли регулятор вводить обмеження на рівень віддачі фірми, то в довгостроковому періоді її рівень основних фондів зростає [24]. Модель [8] можна узагальнювати, допускаючи невизначеність функції виручки і застосовуючи підхід налаштування вартості до динаміки інвестицій [25]. Якщо темп зростання граничної вартості налаштування не є увігнутою функцією, то цей підхід може вести до недостатньої капіталізації [26], а не надмірної [8, 24, 27]. Зазначена увігнутість відповідає тій ділянці, де середні загальні витрати ведуть до зменшуваної віддачі від масштабу. Природна монополія виникає під час економії від масштабу, коли функція прибутку не є увігнутою на всьому проміжку значень виробничих факторів [26] (у моделях [8, 24, 27] ця функція вважається увігнутою). Водночас природна монополія може виникати за межами тієї ділянки, де середні загальні витрати ведуть до збільшуваної віддачі від масштабу [1]. Те, чи спостерігається ефект моделі [8], залежить від значень аргументів функції середніх загальних витрат.

Модель [8] перевірялася здебільшого в галузі електроенергетики. В Японії 7 із 9 електроенергетичних компаній здійснювали надмірні капіталовкладення [28]; за іншими даними, ці капіталовкладення не були занадто великими [29]. При цьому компанії працювали ефективно, незважаючи на регулювання. У США модель [8] в цій галузі підтверджувалася роботами [30–32] (не пітверджувалася роботою [33]), хоча регулювання вело до спотворення ринків капіталу [32]. Модель [8] підтверджувалася роботою [34] для Тайванської енергокомпанії.

У галузі телефонного зв'язку США конкуренція, за умови регулювання рівня віддачі, спонукає наявні фірми оптимізувати свої рівні капіталу [35], зменшуючи ефекти надмірної капіталізації за моделлю [8].

Таким чином, загалом (теоретично й емпірично) підтверджуються висновки [8] про ефект надмірної капіталізації під час регулювання рівня віддачі, хоча на практиці регуляторний лаг і залежність від схвалення регулятором капіталовкладень зменшують цей ефект. Цей ефект вплинув на практичні форми регулювання.

Висновки. Економічні аргументи для існування уряду спираються на принципи виправлення провалів ринку та досягнення справедливості. Якщо є провал ринку, то уряд має втручатися в економіку для збільшення її ефективності. Уряд також має втручатися в економіку для поліпшення показників справедливості незалежно від того, є економіка ефективною чи ні. В Україні доцільно вести систематичні фінансово-економічні дослідження з питань регулювання ринку природного газу [36; 37].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Panzar J.C. Technological determinants of firm and industry structure / Handbook of industrial organization. V. 2. R. Schmalensee, R.D. Willig (eds.) Amsterdam: North Holland, 1989. P. 3–59.

2. Горбачук В.М. Методи індустріальної організації. Кейси та вправи. Економіка та організація виробництва. Економічна кібернетика. Економіка підприємства. К.: А.С.К., 2010. 224 с.

3. Demsetz H. Why regulate utilities // Journal of law and economics. 1968. 11. P. 55–65.

4. Williamson O.E. Franchise bidding for natural monopolies – in general and with resect to CATV // Bell journal of economics. 1976. 7. P. 73–104.

5. Train K.E. Optimal regulation: the economic theory of natural monopoly. –Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

6. Maddock R., Castano E. The welfare impact of rising block pricing: electricity in Colombia // Energy journal. 1991. 12. P. 65–77.

7. Kaserman D.L., Mayo J.W. Government and business: the economics of antitrust and regulation. – Orlando, FL: Dryden Press, 1995.

8. Averch H., Johnson L.L. Behavior of the firm under regulatory constraint // American economic review. 1962. 52. P. 1053–1069.

9. Baron D.P. Design of regulatory mechanisms and institutions / Handbook of industrial organzation. V. 2. R. Schmalensee, R.D. Willig (eds.) Amsterdam: North-Holland, 1989. P. 1347–1447.

10. Горбачук В.М. Постіндустріальна організація державних замовлень у розвитку AUTODIN, ARPANET, PRNET, NSFNET та Інтернету // Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2016. Т. 21. – Вип. 8. С. 116–122.

11. Braeutigam R.R., Panzar J.C. Diversification incentives under 'price-based' and 'cost-based' regulation // RAND journal of economics. 1989. 20. P. 373–391.

12. Горбачук В.М., Русанов И.А. Регулирование монополии при асимметричной информации // Компьютерная математика. 2010. № 2. С. 3–10.

13. Горбачук В.М., Бойко В.В., Русанов И.А. Проектирование контрактов в условиях риска // Теория оптимальных решений. 2011. № 10. С. 116–122.

14. Woroch G.A. Credible regulation and the possibility of workable monopoly // Rochester Department of Economics Discussion Paper. 1984. 84-3.

15. Baumol W.J., Klevorick A.K. Input choices and rate-of-return regulation: an overview of the discussion // Bell journal of economics and management science. 1970. 1. P. 162–190.

16. Bailey E.E., Coleman R.D. The effect of lagged regulation in the Averch-Johnson model // Bell journal of economics and management science. 1971. 2. P. 278– 292.

17. Davis E. A dynamic model of the regulated firm with a price adjustment mechanism // Bell journal of economics and management science. 1973. 4. P. 270–282.

18. Klevorick A.K. The behavior of a firm subject to stochastic regulatory review // Bell journal of economics and management science. 1973. 4. P. 57–88.

19. Bawa V., Sibley D. Dynamic behavior of a firm subject to stochastic regulatory review // International economic review. 1980. 21. P. 627–642.

20. Logan J.W., Masson R.T., Reynolds R.J. Efficient regulation with little information: reality in the limit? // International economic review. 1989. 30. P. 851–861.

21. Lyon T.P. Regulation with 20-20 hindsight: heads I win, tails you lose? // RAND journal of economics. 1991. 22. P. 581–595.

22. Lyon T.P. Regulation with 20-20 hindsight: least-cost rules and variable costs // Journal of industrial economics. 1992. 40. P. 277–289.

23. Encinosa W.E.,III, Sappington D.E.M. Toward a benchmark for optimal prudency policy // Journal of regulatory economics. 1995. 7. P. 111–130.

24. El-Hodiri M., Takayama A. Dynamic behavior of the firm with adjustments costs under regulatory constraint // Journal of economic dynamics and control. 1981. 3. P. 29–41.

25. Moretto M. L'impresa l'accumulazione e il controllo esterno del tasso di rendimento: un riesame dell'effetto Averch-Johnson // Rivista internazionale di scienze economiche e commerciali. 1989. 36. P. 75–95.

26. Dechert W.D. Has the Averch-Johnson effect been theoretically justified? // Journal of economic dynamics and control. 1984. – 8. P. 1–17.

27. Appelbaum E., Harris R.G. Capital accumulation and investment in the regulated firm // Working paper. University of Western Ontario and Queens University. 1982.

28. Nemoto J., Nakanishi Y., Madono S. Scale economies and over-capitalization in Japanese electric utilities // International economic review. 1993. 34. P. 431– 460.

29. Tawada M., Katayama S.I. On the technical efficiency under regulation: a case for the Japanese electric power industry // Economic studies quarterly. 1990. 41. P. 34–47.

30. Courville L. Regulation and efficiency in the electric utility industry // Bell journal of economics and management science. 1974. – 5. P. 38–52.

31. Spann R.M. Rate-of-return regulation and efficiency in production: an empirical test of the Averch-Johnson thesis // Bell journal of economics and management science. 1974. 5. P. 38–52.

32. Hayashi P.M., Trapani J.M. Rate-of-return regulation and the regulated firm's choice of capital-labor ratio: further empirical evidence on the Averch-Johnson model // Southern economic journal. 1976. 42. P. 384–398.

33. Boyes W.J. An empirical examination of the Averch-Johnson effect // Economic inquiry. 1976. 14. P. 25–35.

34. Hsu G.J.Y., Chen T.Y. An empirical test of an electric utility under an allowable rate-of-return // Energy journal. 1990. 11. P. 75–90.

35. Oum T.H., Zhang Y. Competition and allocative efficiency: the case of the U.S. telephone industry // Review of economics and statistics. 1995. 77(1). P. 82–96.

36. Горбачук В.М., Морозов О.О., Неботов П.Г. До моделювання ринку Європи на природний газ // Інфраструктура ринку. 2017. Випуск 3. С. 147–152.

37. Горбачук В.М., Морозов О.О., Неботов П.Г. Моделі поведінки фірм ринку природного газу // Математичне та комп'ютерне моделювання. Серія: технічні науки. 2017. Вип. 15. С. 55–61.

УДК 334

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МОДЕЛЮВАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ВИРОБНИЧИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ

ANALYSIS OF MODERN TECHNOLOGIES OF THE DESIGN OF AUTOMATED PRODUCTIVE LOGISTIC PROCESSES

Каут О.В.
доцент кафедри менеджменту,
Національна металургійна академія України

Нині однією з умов успішного функціонування сучасного підприємства є використання автоматизованих виробничих логістичних процесів. Основне їх завдання полягає в максимальному зниженні тимчасових затримок на різних етапах виробництва і в здатності підлаштуватися під внутрішні і зовнішні умови, що змінюються, впливають на підприємство. У статті проведено аналіз сучасних технологій моделювання, розглядаються методи і засоби дослідження й аналізу автоматизованих виробничих логістичних процесів. Формулюються основні проблеми використання імітаційного моделювання на підприємствах.
Ключові слова: *підприємство, виробництво, моделювання, логістичні процеси, аналіз.*

В настоящее время одним из условий успешного функционирования современного предприятия является использование автоматизированных производственных логистических процессов. Основное их задание заключается в максимальном снижении временных задержек на разных этапах производства и в способности подстроиться под внутренние и внешние условия, которые изменяются, влияют на предприятие. В статье проведен анализ современных технологий моделирования, рассматриваются методы и средства исследования и анализа автоматизированных производственных логистических процессов. Формулируются основные проблемы использования имитационного моделирования на предприятиях.
Ключевые слова: *предприятие, производство, моделирование, логистические процессы, анализ.*

Presently, one of the conditions of successful operation of the modern enterprise is the use of automated productive logistic processes. Their basic task consists in the maximal decline of dwells on different stages of production and in the ability to be tuned under internal and external terms that change, influence on an enterprise. The analysis of modern technologies of design is conducted in the article, methods and facilities of research and analysis of automated productive logistic processes are examined. The basic problems of the use of imitation design at enterprises are formulated.
Key words: *enterprise, production, design, logistic processes, analysis.*

Постановка проблеми. Нині однією з умов успішного функціонування сучасного підприємства є використання автоматизованих виробничих логістичних процесів. Основне їх завдання полягає в максимальному зниженні тимчасових затримок на різних етапах виробництва і в здатності підлаштуватися під внутрішні і зовнішні умови, що змінюються, впливають на підприємство. Для проектування, аналізу і дослідження автоматизованих виробничих логістичних процесів використовується віртуальне моделювання. Пов'язано це з тим, що проведення експериментів на реальних об'єктах вимагає великих фінансових і трудових витрат. Імітаційне моделювання дає можливість описувати поведінку автоматизованих виробничих логістичних процесів за допомогою динамічних моделей. Проте збільшення розміру досліджуваної системи підвищує складність її моделювання, загальне розуміння внутрішніх взаємодій різних процесів погіршується, внесення змін вимагає великих тимчасових витрат. При цьому повторне використання моделі або її частини (у разі модернізації виробництва або аналізу його поточного стану) є трудомістким завданням. Рішенням цих проблем є можливість представлення складних систем із застосуванням декомпозиції, розділяючи систему на окремі процеси у вигляді набору бібліотечних компонентів, і автоматизована підтримка актуальних даних про об'єкти, що моделюються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Натепер існують різні дослідження щодо застосування об'єктно-орієнтованого підходу в імітаційному моделюванні. Істотний внесок у розвиток цього напряму внесли вчені Ю.Б. Сениченков, Ю.Б. Колесов, А.В. Борщев, А.В. Нападу, О.А. Зміїв, И.В. Стеценко, А.А. Мицель, Е.Б. Грибанова, В.И. Гурьянов, К.Ю. Войтиков, А.Н. Моісеєв, а також зару-

біжні дослідники Джеф Ротенберг, Джеффри А. Джонс, Стівен Д. Робертс, M.D. Rossetti, B. Aylor, R. Jacoby, A. Prorock, A. White та ін. Роботи И.В. Стеценко, C. Lakos, H. Xu, присвячені об'єднанню математичного апарату моделювання мереж Петрі і об'єктно-орієнтованого підходу, в яких пропонуються різні варіанти в уявленні частин мережі або окремих її компонентів у вигляді об'єктів. Цьому напряму потрібний розвиток, оскільки специфіка виробничих логістичних процесів вимагає використання формального апарату, що складається з простого набору базових елементів, з можливістю детально описувати виробничі операції невеликою їх кількістю, що поки що неможливо зробити існуючими об'єктно-орієнтованими представленнями мереж Петрі. Окрім ефективної побудови моделі, потрібна організація її взаємодії з реальними об'єктами для оперативного отримання інформації про зміни різних параметрів, що дозволить заздалегідь спрогнозувати можливі наслідки застосування тих або інших дій.

Метою цієї статті є аналіз сучасних методик і алгоритмів моделювання автоматизованих виробничих логістичних процесів

Виклад основних результатів дослідження. Нині успішність підприємства залежить від багатьох чинників, таких як вартість і якість вироблюваних товарів або послуг, швидкість організації і модифікації виробництва, ефективний маркетинг, оптимально побудована транспортна і виробнича логістика, правильно підібраний час виходу на ринок і тому подібне. У зв'язку з тим, що технології постійно розвиваються, виробництва розширюються, компаніям доводиться удосконалювати свої процеси і перебудовувати внутрішню логістику, щоб не втратити конкурентоспроможність. Для цього впроваджують нові технічні розробки, методи і системи управління, змінюють внутрішню структуру підприємства [1]. Одним із важливих напрямів є розвиток засобів аналізу і дослідження автоматизованих виробничих логістичних процесів, які використовуються для оцінки поточної ситуації і прогнозування результатів у разі виникнення яких-небудь структурних змін.

В основному для отримання цієї інформації використовується моделювання, яке представляє виробничі процеси так, як вони проходять або проходитимуть насправді [2]. Натепер існує безліч технологій і методів моделювання, спрямованих на дослідження і здійснення попереднього аналізу автоматизованих виробничих логістичних процесів. На рис. 1 представлені основні технології і методи моделювання, використовувані під час проектування автоматизованих виробничих систем. Технології моделювання можна розділити на чотири групи: аналітичне, імітаційне, натурне, комбіноване. Кожна група має свої переваги і недоліки під час моделювання різних об'єктів. Нижче приведено порівняння технологій і методів, спрямоване на визначення найбільш застосовних для опису і аналізу автоматизованих виробничих логістичних процесів.

Аналітичне моделювання є технологією опису функціонування системи за допомогою функціональних стосунків (диференціальних і інтегральних рівнянь алгебри) або логічних умов [3]. Аналітичне моделювання включає точні методи [4], використовуючи рівняння не вище другого порядку; наближені методи [5], ґрунтовані на тих же рівняннях, що і точні методи, але із застосуванням їх для опису багатовимірних систем з урахуванням деяких допущень; евристичні методи [6], що представляють способи рішення завдань моделювання за відсутності достатньої інформації про досліджуваний об'єкт. Перевагами аналітичного моделювання є можливість виявлення загаль-

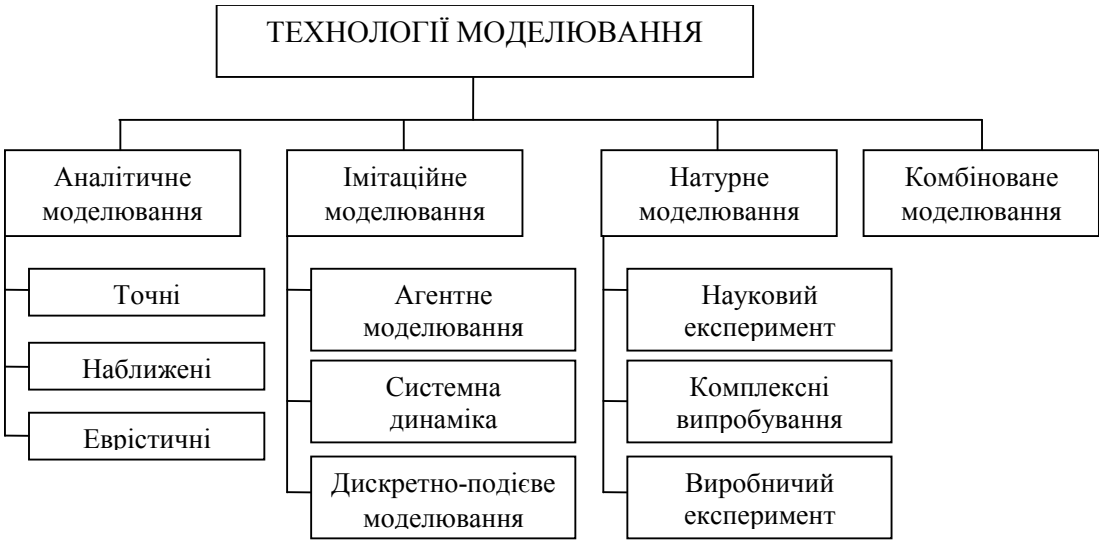


Рис. 1. Технології і методи моделювання автоматизованих виробничих систем

них теоретичних закономірностей [7] і багатократність використання отриманих формальних рішень. Проте досліджувати внутрішні процеси систем за допомогою цієї технології можливо, тільки якщо відомі математичні залежності між даними, що шукаємо, і початковою інформацією про стан системи, її параметри і змінні. У більшості своїй такі залежності можна визначити тільки для досить простих систем. Окрім цього, під час опису складних процесів часто виникають різні математичні проблеми, що вимагають спрощення первинної моделі, що знижує точність отриманих результатів.

Аналітичні методи також не дають можливості досліджувати внутрішню структуру системи і взаємодії між її різними об'єктами, оскільки ці методи відбивають тільки зв'язок між вхідними і вихідними параметрами. Технологія імітаційного моделювання дозволяє описувати системи за допомогою динамічних моделей, в яких внутрішні процеси представлені з урахуванням параметра часу і можливих впливів зовнішніх чинників, а різного роду взаємодії регулюються встановленим набором правил, що в сукупності утворюють алгоритм функціонування цієї системи. Імітаційне моделювання має декілька основних методів представлення моделі [8]: агентне моделювання, в основному використовуване для опису децентрализованих систем, де модель складається з окремих об'єктів (агентів), кожен з яких має індивідуальну поведінку, при цьому маючи деякі зв'язки з іншими об'єктами; дискретно-подієве моделювання, що розглядає різні процеси як набір послідовно виникаючих подій; системна динаміка, вживана для визначення загальної стратегії на тривалі проміжки часу під час дослідження складних і великих об'єктів за рахунок визначення причинно-наслідкових зв'язків, можливих затримок і впливу дій зовнішніх чинників. Ця технологія дозволяє описувати широкий клас об'єктів, представляючи процеси так, як вони виглядають у досліджуваній системі. Імітаційні моделі не мають можливості формувати рішення в тому ж вигляді, що і аналітичні моделі. Вони лише слугують засобом для дослідження поведінки реального об'єкта в спочатку вказаних умовах [9].

Під час натурного моделювання досліджуваний об'єкт замінюється таким, що відповідає йому, іншим матеріальним об'єктом, що має подібні характеристики, які потрібні для отримання схожих результатів. Натурне моделювання може бути науковим експериментом, комплексними випробуваннями або виробничим експериментом [10]. Характерними особливостями наукового експерименту є використання засобів автоматизації і різних засобів обробки даних, а також наявність можливості внесення змін дослідником в процес його проведення. Комплексні випробування є різновидом експерименту, в процесі якого проводяться численні повторення випробувань для виявлення закономірностей, пов'язаних з різними характеристиками досліджуваних об'єктів. Виробничий експеримент ґрунтований на узагальненому досвіді, накопиченому у процесі виробничого процесу і зібраному у вигляді статистичної інформації [11]. Натурне моделювання, хоч і є досить наочним представленням досліджуваної системи, у більшості своїй не є застосовним, оскільки не дозволяє експерим-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика технологій моделювання автоматизованих виробничих логістичних процесів

	Аналітичне моделювання	**Імітаційне моделювання**	**Натуральне моделювання**	**Комбіноване моделювання**
Наочність створюваної моделі	Низька	Висока	Висока	Середня
Застосовність для опису різних виробничих процесів	Низька	Висока	Висока	Висока
Швидкість побудови моделі	Середня	Висока	Низька	Середня
Швидкість отримання результатів моделювання	Висока	Висока	Низька	Висока
Можливість і швидкість зміни умов і параметрів моделювання	Середня	Висока	Низька	Середня
Спосіб представлення моделі	Функціональні стосунки і логічні умови	Логіко-математичний опис об'єкту	Матеріальний об'єкт	Логіко-математичний опис об'єкту з включеними в нього функціональними стосунками

тувати з установкою різних умов, тому що зміна цих умов вимагає великих тимчасових і фінансових витрат.

Комбіноване моделювання є об'єднанням технологій імітаційного й аналітичного моделювання. Під час побудови подібних моделей робиться декомпозиція процесів системи за рахунок розділення їх на окремі підпроцеси, для яких можуть використовуватися аналітичні моделі. Інші частини системи описуються за допомогою імітаційного моделювання. Ця технологія дозволяє описувати особливий клас об'єктів, які не можуть бути представлені за допомогою однієї з об'єднаних у ній технологій моделювання. До недоліків можна віднести складність побудови таких моделей, оскільки необхідно правильно розбивати досліджуваний об'єкт на частини, залежно від використовуваних методів моделювання і установки переходів між цими методами.

У таблиці 1 представлена порівняльна характеристика технологій моделювання, застосовних для аналізу і дослідження автоматизованих виробничих логістичних процесів. Оскільки процес моделювання залежить від багатьох умов, у цій таблиці для наочності представлено порівняння технологій моделювання один відносно одного, виражене деяким усередненим уявленням про їх можливості.

Висновки. У результаті проведеного короткого аналізу наявних і використовуваних натепер технологій моделювання можна дійти висновку, що найбільш відповідною для дослідження й аналізу автоматизованих виробничих логістичних процесів є технологія імітаційного моделювання, оскільки вона дозволяє створювати схожі за властивостями і структурою моделі різних об'єктів; зміна параметрів і умов в побудованих моделях не вимагає великих тимчасових і фінансових витрат; процес проведення імітаційного експерименту є простим і наочним. Також ця технологія моделювання дозволяє враховувати наявність у досліджуваному процесі дискретних і безперервних об'єктів, випадкові зовнішні дії, нелінійні характеристики [7], що дає можливість використати метод імітаційного моделювання під час проектування складних автоматизованих виробничих систем.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ребрин Ю.И. Основы экономики и управления производством. Таганрог: ТРТУ, 2000. 145 с.
2. Вендров А.М. Методы и средства моделирования бизнес-процессов // Информационный бюллетень. 2004. № 10 (137). 32 с.
3. Гультяев А.В. Визуальное моделирование в среде MATLAB: учебный курс. Спб.: Питер, 2000. 432 с.
4. Собкин Б.Л. Автоматизация проектирования аналого-цифровых приборов на микропроцессорах. М.: Машиностроение, 1986. 128 с.
5. Ту Ю.Т. Современная теория управления. М.: Машиностроение, 1971. 472 с.
6. Джонс Дж. К. Методы проектирования. М.: Мир, 1986. С. 325–326.
7. Васильев К.К., Служивый М. Н. Математическое моделирование систем связи: учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2008. 170 с.
8. Колесов Ю.Б. Объектно-ориентированное моделирование сложных динамических систем. СПб.: СПбГПУ, 2004. 239 с.
9. Духанов А.В. Имитационное моделирование сложных систем: курс лекций. – Владимир: ВлГУ, 2010. 115 с.
10. Родионов И.Б. Теория систем и системный анализ: курс лекций. URL: http://victor-safronov.ru/systems-analysis/lectures/rodionov.html.
11. Кириличев Б.В. Моделирование систем: учебное пособие М.: МГИУ, 2009. 274 с.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Любохинець Л.С., Мейш А.В., Касько В.О.
ІСТОРИЧНІ ВІХИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КАПІТАЛУ..... **3**

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Поворозник М.Ю.
ЄВРОІНТГЕРАЦІЙНИЙ ІМПЕРАТИВ СТРАТЕГІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я **10**

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Валявський С.М., Скриль В.В.
ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ..... **15**

Косач І.А.
ОЦІНКА СИНЕРГЕТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В АПК УКРАЇНИ..... **26**

Ляшко І.І., Єременко О.М.
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО РИНКУ ЗАСОБІВ ВИРОБНИЦТВА..... **32**

Сержанов В.В.
ДОСВІД ЯПОНІЇ У ФОРМУВАННІ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ..... **35**

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Ажаман І.А., Петрищенко Н.А., Кулікова Л.В.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА..... **39**

Бальоха А.О., Григорук П.М.
НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК РУШІЙНОЇ СИЛИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ **43**

Зеленков А.В., Березова Я.Є.
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ З ВИКОРИСТАННЯМ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ..... **49**

Вакульчик О.М., Протасова Є.В.
УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА **56**

Васюткіна Н.В.
МАРКЕТИНГ ЦІННОСТЕЙ ЯК ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... **61**

Галиш Н.А.
ВИРОБНИЦТВО ДЕРЕВНИХ ПЕЛЕТ У КРАЇНАХ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ЧЕТВІРКИ: ЗМІНА КЕРІВНОЇ ПАРАДИГМИ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ..... **69**

Горін У.З., Гальків Л.І.
ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ..... **79**

Гуляс Я.Ю.
ВПРОВАДЖЕННЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... **85**

Гусаров О.О.
ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ПАРАМЕТРИЧНОЇ АДАПТАЦІЇ В ЗАДАЧАХ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... **89**

Д'якова В.С., Калініна О.М.
РОЗРОБЛЕННЯ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ З МОДЕЛЮВАННЯ СУКОНЬ
ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ВЕСІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ **93**

Квіта Г.М., Шіковець К.О.
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ..... **98**

Круш П.В., Мегедь Ю.В.
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ..... **103**

Макаренко Н.О.
ОПТИМІЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ЯК ІНСТРУМЕНТА УПРАВЛІННЯ
ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТА НОМЕНКЛАТУРОЮ..... **107**

Момот В.М., Мормило Х.В.
СТВОРЕННЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ПРОГРАМИ НА БАЗІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ..... **114**

Алексєєва Т.А., Обозна А.О., Шабельник Н.М.
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ..... **120**

Погребняк Л.П.
ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ
ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ..... **124**

Ревуцька А.О., Смолій Л.В.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... **129**

Стратійчук В.М.
ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПОНЯТТЯ «ОБОРОТНІ АКТИВИ»
ЯК ОБ'ЄКТУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ..... **135**

Ступнікер Г.Л., Фісуненко П.А.
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВИТРАТ НА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО
ТА ФІЗИЧНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА..... **141**

Труніна І.М., Авраменко О.І.
СУТНІСТЬ ЗАТРАТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ..... **146**

Фриман Е.М., Фриман И.М.
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... **150**

Фриман Е.М., Фриман И.М.
ОЦЕНКА КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... **154**

Фриман Е.М., Фриман И.М.
МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ
КАК ФАКТОРА ЕГО УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ **161**

Chashyn D.
LES ORIENTATIONS DE LA DECISION DE LA PROBLEME DE L'ADAPTATION DES CIM-MODELS
AUX CONDITIONS DE LA RECONSTRUCTION DES BATIMENTS ANCIENS..... **166**

Кудінова М.М., Черниченко І.В.
ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ
ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ..... **170**

Штангрет А.М., Караїм М.М.
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ЮВЕЛІРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ:
ПОТОЧНИЙ РІВЕНЬ ТА КЛЮЧОВІ ЗАГРОЗИ **174**

Яворська О.Г.
КЛІЄНТСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ..... **179**

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Котикова О.І., Бабич М.М., Брик С.В.
ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНОГО ІНДЕКСУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ..... **186**

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Кислий В.М.
СУТНІСТЬ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ.....**195**

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Добровольський В.В., Козлова В.В.
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПТИЧНОГО РИНКУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ.....**200**

Литвин О.Ю., Дорогань-Писаренко Л.О., Чіп Л.О.
ВАРТІСТЬ ЖИТЛА В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....**205**

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Вдовенко І.С.
ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....**209**

Жмурко Н.В., Петик М.І.
ФЕНОМЕН СТРУКТУРИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ.....**215**

Тропіна В.Б.
ФІНАНСИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ.....**221**

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Акімова Т.В., Бережна Л.В.
АНАЛІЗ НАЯВНИХ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ РУХУ ТА ОБРОБКИ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....**229**

Вареник В.М., Трінеева О.Д.
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....**233**

Воськало Н.М., Воськало В.І.
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ.....**239**

Нестеренко О.О.
АДАПТАЦІЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ВЕРИФІКАЦІЇ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВИМОГ.....**245**

СТАТИСТИКА

Остапенко Я.О.
ВИКОРИСТАННЯ PSPP ПІД ЧАС СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ.....**254**

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Неботов П.Г.
ДО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ.....**266**

Каут О.В.
АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МОДЕЛЮВАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ВИРОБНИЧИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ.....**274**

Електронне наукове фахове видання

СХІДНА ЄВРОПА:
ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

Випуск 2 (13) 2018

Коректура • *Л.М. Петрушевський*

Комп'ютерна верстка • *С.Ю. Калабухова*

Засновник видання:
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
Адреса редакції: 49600, м. Дніпро,
вул. Чернишевського, 24-а
Телефон: +38 (063) 051 91 37
Веб-сайт журналу: www.easterneurope-ebm.in.ua
E-mail редакції: editor@easterneurope-ebm.in.ua