



ISSN (ONLINE): 2518-1971

НАУКОВО-
ПРАКТИЧНИЙ
ЖУРНАЛ

СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ



Belarus



Bulgaria



Hungary



Moldova



Poland



Romania



Lithuania



Slovakia



Ukraine



Czech Republic

14` 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 3 (14) 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 Gwizdź, професор, завідувач кафедри економіки Вищої школи бізнесу Національного університету Луїса (м. Новий Сонч, Польща).

Stanislava Sokolowska, професор, доктор філософії, декан економічного факультету Опольського державного університету (м. Опольце, 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. Кишинів, 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 № 11 від 22 травня 2018 р.)

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

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.162; 338.43

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ І СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА В НАПРЯМІ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

IMPROVING OF EFFICIENCY AND SUSTAINABILITY IN AGRICULTURE AND RURAL INSTITUTIONAL ENVIRONMENT IN THE DIRECTION OF INNOVATIVE ECONOMY

Однорог М.А.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант відділу теорії економіки і фінансів,
Науково-дослідний фінансовий інститут
ДНУ «Академія фінансового управління»
Міністерства фінансів України

Ключовою ідеєю статті є побудова ефективної системи соціально-економічного розвитку України на основі духовного стержня і творчої активізації сільського населення, щоб наша країна зайняла гідне місце у світовій суспільній системі, при цьому не залишаючись на периферії світової економіки. Ця система може бути побудована на засадах концепції людського й соціального капіталу і зосередження зусиль на її реалізації державними, громадськими та соціально-культурними інститутами в їх синергетичній взаємодії.

Ключові слова: сталий розвиток, сільське господарство, суспільні відносини, інституціональні перетворення, соціальний капітал, духовність, стержень народу, духовно-моральні цінності, інноваційна економіка.

Ключевой идеей статьи является построение эффективной системы социально-экономического развития Украины на основе духовного стержня и творческой активизации сельского населения, чтобы наша страна заняла достойное место в мировой общественной системе, при этом не оставаясь на периферии мировой экономики. Эта система может быть построена на основе концепции человеческого и социального капитала и сосредоточения усилий на ее реализации государственными, общественными и социально-культурными институтами в их синергетическом взаимодействии.

Ключевые слова: устойчивое развитие, сельское хозяйство, общественные отношения, институциональные преобразования, социальный капитал, духовность, стержень народа, духовно-нравственные ценности, инновационная экономика.

The key idea of the article is the idea of building an efficient system of socio-economic development of Ukraine on the basis of the spiritual core and creative revitalization of the rural population that our country has taken a worthy place in the global social system, while not remaining on the periphery of the world economy. This system can be built based on the concept of human and social capital and focus on its implementation in government, public and socio-cultural institutions in their synergetic interaction.

Key words: sustainability, agriculture, public relations, institutional transformations, social capital, spirituality, the core of the people, moral values, innovation economy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Зміна світоглядних орієнтирів, постулатів і спонукань до практичної діяльності, яка відбувається в сучасному українському суспільстві та аграрній сфері, оголює фундаментальну проблему підстав і духо-

вно-моральних орієнтирів життя суспільства і особистості. В українській історичній традиції такою підставою протягом багатьох століть виступали основи духовного життя народу, але все ж рішення проблеми ефективного функціонування економіки завжди грало не менш важливу роль. У даний історичний момент роз-

роблення науково-теоретичної концепції розвитку аграрної сфери економіки в українському суспільстві у цілому об'єктивно є пріоритетним напрямом фундаментальних наукових досліджень, які спираються у своїй основі на духовно-моральний розвиток людини, активізацію творчих сил та інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Теоретико-методологічні засади ефективності й стійкості сільського господарства та інституціонального середовища, динаміку економічних інноваційних процесів було розвинуто працями провідних науковців: В. Дементьєва, В. Полтеровича, С. Уінтера. В аграрній сфері методологічні аспекти інституціонального середовища досліджували І. Костирко, П. Саблук, М. Малік, О. Шпикуляк. Вивченню проблем інноваційного розвитку аграрної сфери, інституціонального впливу на інноваційний розвиток сільськогосподарського виробництва присвятили наукові праці видатні вітчизняні вчені О. Дацій та О. Шубравська. Водночас відсутність суттєвих зрушень на шляху підвищення ефективності й стійкості сільського господарства, низька інноваційна активність виробників, необхідність реалізації пріоритетів інноваційного розвитку зумовлюють подальше вивчення проблем, що стосуються теоретико-методологічних основ інституціонального регулювання; особливостей інституціонально-структурних трансформацій у сільському господарстві; розвитку концептуальних засад формування інноваційної політики розвитку аграрної сфери.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – дослідити й узагальнити позиції вчених щодо підвищення ефективності та стійкості сільського господарства, висвітлити і систематизувати підходи до впливу інституціонального середовища в напрямі інноваційної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Вивчення проблеми підвищення економічної ефективності аграрного виробництва в рамках культурно-історичного соціального середовища сільських місцевостей і регіонів у цілому зумовлене і визначене неможливістю розвитку економіки й суспільства як таких без аграрної сфери, оскільки синтез невід'ємних компонентів суспільно-інституціонального і виробничого середовища, що спирається в своїх основах на внутрішній духовно-моральний потенціал, неможливий за недорозвиненості такого важливого і незамінного сектора, як сільське господарство, зі своїм особливим сільським способом життя і світовідчуття.

Природно, що підвищення економічної ефективності сільського господарства до конкурентоспроможного з позицій світового ринку рівня неможливо без удосконалення й розвитку головної творчої сили аграрної економіки

України – українського селянства (хоча термін «селянство» вживається дедалі рідше в застосуванні до сьогоденних реалій, але саме він відображає сутність і внутрішній стрижень сільських жителів) [1, с. 7].

Розвиток сільського господарства об'єктивно визначений необхідністю забезпечення населення продовольством відповідної якості і в необхідній кількості, а також внутрішньою сутністю устрою української периферії, яку неможливо уявити без села, сільського укладу, сутнісних духовних рис жителів сільських місцевостей. При цьому і забезпеченість природними ресурсами, родючими чорноземами, багаті історичні традиції аграрного виробництва з позицій здорової економічної логіки й об'єктивного реалізму роблять розвиток сільського господарства необхідним у сучасний історичний момент розвитку України.

Природно, що розвиток сільського господарства на всіх рівнях необхідно здійснювати із системних (комплексних) позицій, відмовившись від чисто ринкових, соціально орієнтованих, екологічних та інших вузькоорієнтованих конотацій. При цьому економічне питання відіграє одну з ключових ролей серед багатьох питань удосконалення аграрної сфери. Проте за всієї своєї важливості економічний складник має бути приведений до єдиного знаменника з питаннями соціальної трансформації, інституціоналізації села, формування нових ефективних інфраструктурних ланок інформаційної економіки. У зв'язку із цим орієнтиром розвитку сільського господарства можна запропонувати еkleктично розширену фундаментальну концепцію сталого розвитку сільського господарства в контексті загальної інституціональної та економічної системи суспільства. При цьому дану концепцію об'єктивно необхідно будувати виходячи з орієнтовних складників: ключова роль творчого пробудження особистості, розвиток духовного і творчого начала з опорою на внутрішній духовний корінь населення; вдосконалення рівня розвитку людського і соціального капіталу сільських місцевостей за допомогою відродження науки, освіти й одночасно оздоровлення частково люмпенізованої сільської інтелігенції; прискорення інноваційного розвитку сільського господарства, поява і розвиток більш досконалих технічних і технологічних укладів сільськогосподарського виробництва; переозброєння і переоснащення діючих сільськогосподарських виробництв, здійснення об'єктивно необхідних технологічних зрушень аграрної економіки; збереження та примноження природного багатства, необхідного не тільки для існування сьогоденного суспільства, а й з урахуванням інтересів майбутніх поколінь. Саме ці орієнтовні напрями необхідно покласти за основу як у напрямках наукових теоретичних досліджень, так і в практичну діяльність на всіх рівнях ведення сільського господарства та сільського життя.

Саме парадигма стійкого цілісного розвитку в основних своїх кореневих постулатах, що спирається на пробудження і розвиток творчого складника ведення сільського господарства, орієнтацію на просвітництво та інвестиційну спрямованість у сфері формування і примноження людського і соціального капіталу, зберігаючи багаті традиції і звичаї українського народу і піклуючись про збереження природних, духовних і економічних багатств для творчого розвитку майбутніх поколінь, є об'єктивно ключовою й адекватно неминучою у проходженні сучасної стадії розвитку суспільства. Тому найважливішим і неминучим для сучасної економічної аграрної науки є формулювання ключових сутнісних основ системи сталого розвитку сільського господарства, в основу якої буде покладена сформована наукова парадигма інформаційного суспільства. Природно, що на практико-емпіричному рівні необхідно спрямовувати як наукову, так і практичну діяльність у цю концептуальну площину, орієнтувати дослідні розробки на формування стійкої системи сільського господарства та сільського інституційного середовища, що засновані на примноженні людського капіталу та духовних стрижневих рис сільських місцевостей як кореневої рушійної сили сучасного інформаційного суспільства, заснованого на постійному розширеному відтворенні знань.

Проте за неминучості переорієнтації економічних і суспільних відносин на базі пріоритетів, що висувуються сучасним постіндустріальним суспільством, на перший план висувуються адекватність і адаптивність проєктів державних реформ і перетворень регіональних і загальноукраїнських реалій, інституціональні передумови модернізації економічної системи взаємин, національна ментальність, що включає елементи різної глибини, у тому числі й господарську культуру [2, с. 83]. Саме облік таких системних явищ, як національна ментальність, кореневі риси народу, рятівні задатки, духовні і моральні цінності та традиції, надзвичайно важливі у процесі трансформації економічної системи. В особливому контексті тут знаходиться економічна ментальність (господарська культура, інституційна природа), яка характеризується специфікою свідомості населення і відображається у тих або інших цінностях, нормах і установках суспільної поведінки в питаннях економічних відносин. Виходячи з поділу ними цінностей, внутрішнього світу і духовного стрижня, люди або приймають і сповідують, або відкидають і категорично не сприймають ті чи інші соціальні, правові та економічні норми поведінки, які диктуються владою та уповноваженими колами державних і недержавних структур. Саме відмова від урахування національної економічної ментальності, людського стрижня економічної системи, можливості негативної реакції на труднощі переходу до ринкових відносин, застосування

вузько орієнтованих неокласичних чисто ринкових концепцій реформаторами початку 1990-х років є головними і ключовими причинами провалу демократичних реформ і різкого економічного спаду майже в усіх галузях економіки. Саме невдача даних реформ і перетворень, в основі яких лежала неокласична модель розвитку економіки, довела неможливість розвитку без економічного розуміння і детального вивчення соціокультурних та духовних особливостей розвитку, стратегічних цілей, норм і пріоритетів населення та історично сформованих інститутів і відносин, що, своєю чергою, диктує внутрішню неминучість модернізації української економіки, а в розглянутому контексті аграрної економіки саме на основі склалася протягом багатьох століть національна ментальність та господарська культура в застосуванні до економічних взаємин.

У рамках розгляду концепції сталого розвитку, однією із сутнісних характеристик якої є саме врахування інтересів майбутніх поколінь, розгляд модернізації і інноваційного розвитку є ключовим моментом. При цьому варто зазначити, що напрями і перспективи розвитку мають два субстанціональних відправних вектори розвитку: перший (орієнтований ззовні, здійснюється державною владою) – вплив управлінської та адміністративної системи, виражений державною аграрною політикою та формами організації систем великого бізнесу; другий (внутрішній, використовує внутрішній потенціал, сутнісні особливості сільського населення, дух селянського народу) – формування на основі об'єктивних духовних потреб із використанням ціннісних орієнтирів селянського життя і наукових напрацювань аграрної науки, застосовуючи різного роду форми об'єднань та інститутів для побудови і розвитку стійкої ефективної системи сільського господарства. Природно, що ці два шляхи доповнюють один одного, є взаємно спрямованими і поєднаними один з одним, тільки їх єдність і взаємозумовленість можуть вирішити накопичені проблеми, відповідати викликам та імперативам поточного і майбутнього суспільства.

У рамках проведених державою на всіх рівнях заходів і програм найбільш актуальними, визначальними і тенденційними в аспекті сталого розвитку економіки аграрної сфери сьогодні слід визнати:

- розроблення і часткове втілення у життя державної програми розвитку сільського господарства та концепції розвитку на основі інноваційно проривного сценарію, яка прийшла на зміну національному проєкту розвитку АПК;

- розроблення і здійснення різноманітних програм розвитку різних видів сільськогосподарського виробництва, при цьому варто відзначити, що багато програм лише декларуються, а не виконуються (їх безліч), різноспрямованість і вузькість сприяють тільки бюрократичному хаосу та тяганині [3, с. 142];

– розвиток аграрної наукової та науково-практичної діяльності державних освітніх, науково-дослідних, науково-практичних установ і підприємств;

– розвиток системи аграрного державного планування, моніторингу і контролю ведення сільського господарства, розвиток інфраструктури й утілення у життя соціальної політики [4, с. 8];

– підтримання прийняттого екологічного стану, збереження та примноження природного капіталу;

– рішення проблем інституціоналізації та кластеризації села, формування і розвиток людського та соціального капіталу в сільській місцевості, збереження сільського укладу життя.

– Державні структури в сучасних умовах відіграють істотну роль в ефективному і сталому розвитку або, навпаки, деградації, застої та занепаді сільського господарства. Саме на державу об'єктивно необхідно покласти низку функцій, без утілення концептуального вираження яких неможливий розвиток сільського господарства як такого. Рішення вищевикладених державних завдань дасть змогу орієнтувати сільське господарство на шлях нового технологічного укладу з об'єктивно центральною роллю ефективного людського і соціального капіталу на базі сучасних пріоритетів інформаційної економіки.

У цьому контексті певні вимоги накладаються на вдосконалення та ефективне функціонування самих інститутів держави, на плечі яких покладено завдання розроблення й утілення у життя аграрних перетворень і методів регулювання. Як посилення розвитку ефективних державних інститутів можна запропонувати переорієнтувати позиції і погляди влади з вузькоконцептуальних формалізованих декларацій (багато в чому призводять до догм і помилок) на сучасні інноваційні креативні підходи до виконання своїх функцій. При цьому більший простір і поле діяльності варто надати молодим фахівцям, які об'єктивно більш сприйнятливі до постійно мінливих умов і легше перебудовуються у процесі постійного інформаційного руху й обміну.

За наявності відповідної необхідності (а сільське господарство України цього гостро потребує) держава надає пряму підтримку і заступництво аграрній галузі економіки. Це виражається у прямих дотаціях і субвенціях на розвиток сільського господарства й сільської інфраструктури та інституціонального середовища, регіональних і районних програмах та проектах розвитку галузі у цілому і конкретних видів виробництв, наданні пільгових умов кредитування та оподаткування, стимулюванні експорту і квотуванні імпорту продовольства, а також масі інших найрізноманітніших способів впливу на керовану з державних позицій систему.

На жаль, у сучасній дійсності, в якій існує і розвивається сільське господарство, державна

політика є не цілком ефективною, збалансованою і недостатньою, що формує кореневу і складну проблему, об'єктивну необхідність її вирішення, реформування і переорієнтації поглядів та інтересів на всіх рівнях утілення у життя грамотної і доречної у сформованих умовах державної аграрної політики.

Другим фундаментальним початком, у світлі якого вбачаються перспективи подальшого розвитку галузі та формування стійкої системи ведення сільського господарства і відповідних інститутів, що цьому сприяють, є внутрішній духовно-моральний стрижень сільських жителів, які, незважаючи на труднощі і негаразди, у різні періоди свого розвитку (достатньо згадати останні потрясіння, пов'язані з аграрною кризою 1990-х років, наслідки якої не подолані й донині) змогли не тільки зберегти стертний рівень виробництва продуктів харчування, а й не допустили повної душевної деградації та зубожіння, хоча до цього були всі передумови. Саме на той досить високий рівень здібностей і духовно-моральних якостей необхідно покласти всі проведені реформи і перетворення як у сфері виробничо-технологічної, так і у сфері соціального розвитку, а таким є створення адекватних сучасним умовам інститутів.

Саме внутрішній стрижень селянства є кореневим моментом у відродженні конкурентоспроможного з позицій глобалізації та інформатизації економіки сільського господарства. Саме на нього необхідно покласти формування принципово іншого, значно більш досконалого технологічного укладу ведення сільського господарства. Й у цьому аспекті особливу роль відіграють питання освіти сільських жителів, яким приділяється, на жаль, занадто мало уваги як із боку великих гравців у сфері аграрного бізнесу, так і на державному рівні.

Головними сутнісними проблемами у цьому контексті є серйозний рівень деградації сільської молоді, зростаюче відставання в особистісних та духовних її характеристиках від міської, гостра потреба в освіті на рівні школи та інших позашкільних освітніх і просвітницьких інституцій [5, с. 231]. Саме криза молоді є фундаментальною проблемою, наслідки якої суспільство може відчувати протягом десятиліть, свого роду соціальна пастка аграрної системи взаємин в Україні. Ключовим завданням у подоланні цієї негативної тенденції є залучення талановитої частини інтелігенції несільськогосподарського профілю до села, створення можливостей для реалізації творчих посилов особистості з гідними умовами матеріального життя для них.

Також негативним моментом є поступова втрата агропромислових фахівців із високим рівнем професійних і духовних рис, здатних на високому технологічному рівні здійснювати гостро необхідну модернізацію сільськогосподарського виробництва. Даний соціальний прошарок, будучи не затребуваним у роки

аграрної кризи, поступово перейшов у найрізноманітніші сфери діяльності, але все ж здебільшого залишився у низькооплачуваному сільському господарстві і за належного зорієнтованого підходу з боку держави і крупного аграрного бізнесу цілком здатний організувати інтенсивне і технологічно сучасне сільськогосподарське виробництво.

Проте тенденційні напрями державної політики, орієнтири і прерогативи аграрних бізнес-структур, на жаль, залишаються більшою мірою формально орієнтованими, з одного боку, і вузько вираженими чисто ринковими підходами – з іншого. При цьому, переспрямувавши свій сутнісний вектор і інвестиційний складник саме на питання ефективного використання наявного, формування та розвитку (за допомогою адекватних економічних і соціальних реформ та інституціональних перетворень) принципово нового людського і соціального капіталу, як держава, так і суб'єкти бізнесу отримують набагато більший ефект і довгострокове ефективне середовище для подальшого поступального розвитку. Хоча формальне бюрократичне небажання з боку державного апарату і прагнення будь-якою ціною отримати найбільшу віддачу, часто антисоціальними й антиекологічними методами з боку великих аграрних інвестиційних компаній, не дають змоги вийти на траєкторію стійкого поступального розвитку сільського господарства.

У контексті збереження та подальшого поглиблення і розвитку сутнісного внутрішнього стрижня, що лежить у сутнісних характеристиках людського і соціального капіталу сільських місцевостей, є створення гідних умов зайнятості та дозвілля, створення адекватних інфраструктурних інститутів, що, своєю чергою, сприятиме як ефективному функціонуванню сільського господарства, так і дасть змогу вийти внутрішнім суспільним відносинам у рамках сільського господарства та сільської місцевості на якісно інший, принципово новий рівень, відповідних прерогатив й імперативів сучасного інформаційного суспільства.

Також в особливому контексті варто виділити напрями і тенденції розвитку, пов'язані з інформатизацією, необхідною інформаційною забезпеченістю, прозорістю і створенням середовища для безперешкодного руху інформаційних потоків у сільському господарстві та інститутах сільської інфраструктури. Саме безперешкодний рух інформаційних потоків у сучасній системі суспільних та економічних відносин є ключовим напрямом, без якого неможливий конкурентоспроможний розвиток ні на рівні підприємств, ні на рівні регіонів, ні на рівні особистості, ні на рівні суспільства у цілому.

На основі ефективного людського і соціального капіталу з належним рівнем інформаційного забезпечення прозорості інформаційних потоків, високоорганізованого інституційного

середовища, з мінімальним рівнем трансакційних витрат варто будувати систему напрямів і заходів розвитку сільського господарства з відповідною орієнтацією інвестиційного складника реформ і перетворень.

Окрім того, безперечною є необхідність інноваційного розвитку, оскільки відставання за рівнем технологічного розвитку від світових лідерів за низкою відносних показників сільського господарства просто колосальне. У цьому аспекті це інноваційна переорієнтація на принципово інші технологічні уклади, технологічні зрушення з низькоєфективних і морально зношених механізованих виробництв на автоматизовані інформаційно активні способи розвитку.

Назрілі на сучасному етапі проблеми розвитку сільського господарства, які є наслідком кардинальних змін, що відбулися в Україні в останні два десятиліття, диктують об'єктивну необхідність дещо інших перетворень, які враховують інституціональні традиції і засади села. Зміна соціально-економічної системи відносин, політичного режиму і цінностей визначає його сутнісні основи необхідності оновлення і перетворення духовно-моральної парадигми, яка в кореневих своїх основах залишається незмінною, конкурентною і життєздатною незалежно від доктрин і економічних умов. Проте для ефективного втілення у життя економічних програм і реформ, в основу яких необхідно покласти імперативи і прерогативи принципово нової форми наукової і суспільної системи відносин (інформаційного суспільства, креативної економіки), необхідно враховувати цю непорушність стрижневих традиційних духовних цінностей українського народу, пристосовавши під них усі тенденційні перетворення.

Невдачі реформ і конкретних заходів 1990-х років (та й часто нашого часу) багато в чому пов'язані саме з відокремленням економічних взаємовідносин від інституційного середовища, розглядом заходів щодо підвищення економічної ефективності сільського господарства у відриві від внутрішніх коренів і кластерних переорієнтацій, що відбуваються в суспільних відносинах у сільському господарстві і сільській місцевості. У цьому контексті ключовим моментом під час утілення у життя економічних заходів із підвищення ефективності сільського господарства необхідно робити концептуальні основи формування системи сталого розвитку, що в економічній своїй частині буде побудована на фундаментальних ефективних інститутах із високими інноваційними та креативними чутливостями.

Саме комплексність та системність факторіального і результативного складників під час реалізації абстрактно сформульованих проєктів і програм, зміна вузькоринкових підсумкових критеріїв ефективності потенційних підсумків, як і відмова від дотаційного директивного спо-

собу розподілу, є визначальними моментами у формуванні системи сталого розвитку сільського господарства. Зокрема, система економічних взаємовідносин так тісно вплетена у цілісну соціально-моральну систему характеристик особистості, в її духовний вигляд і суть, що так нерозривно пов'язано, з одного боку, з філософськими віруваннями та оцінками і, з іншого боку, із безпосередніми психічними імпульсами, із загальним світовідчуттям, що самостійне теоретичне його зображення неминуче повинно залишатися схематичним, бути не вузько стилізовано елементарною формалізацією економічного аналізу і прогнозу, а лише абстрагуванням для конкретного відокремлення сфери матеріальних відносин у питаннях створення і розподілу вартості, і чистий, ізольований аналіз його свідомо і до кінця ігнорує його життєвий зв'язок з іншими.

При цьому підвищення економічної ефективності, інноваційна економічна система є першочерговими напрямками перетворень, але ці зміни повинні враховувати повною мірою соціокультурні трансформації сільського життя, процеси інституціоналізації та кластеризації сільських жителів [6, с. 71]. Перетворення повинні спиратися на ефективні інститути громадянського суспільства, особистісне прагнення населення до них, а не стати набором догм і декретів, а для цього необхідно сформувати ефективну систему інститутів у сільській місцевості. При цьому дана система повинна якісно відрізнятись від нинішнього стану справ внутрішньої здатності до генерації людського капіталу, характеризуватися високим рівнем довіри і низькими трансакціями взаємин, тобто високими внутрішніми адекватними властивостями (соціальним капіталом), які будуть об'єктивно модернізувати і розвивати економічну систему сільського господарства як галузь економіки.

Ефективна економічна система має у своїх сутнісних рисах базуватися на широкомасштабному внутрішньому шарі ефективних взаємовідносин у рамках аграрної економіки. Тобто в основу підвищення економічної ефективності сільського господарства необхідно покласти принципово більш досконалу систему інститутів, ніж наявна, з високим рівнем якості економічних інтересів. Саме формування ефективного інституціонального середовища, адекватних глобальних технологічних перетворень інститутів виступає сутнісною основою і генеральним напрямом підвищення економічної ефективності та стійкості сільського господарства, створення принципово більш досконалої системи агропромислового виробництва. При цьому необхідно приділити увагу не тільки кількісним і якісним критеріям кінцевого продукту галузі, а й якісним характеристикам самої системи, її внутрішньої сутності, можливості творчої генерації принципово нової і засвоєнню

наявної інформації і технологій. При цьому елементарні одиниці структури необхідно розглядати в їх складній і багатогранній взаємодії, приділивши питанню економічної ефективності і сталого відтворення ресурсорієнтованої системи підвищену увагу.

Ключовими інституціональними складниками формування системи з належним рівнем економічної ефективності сільського господарства з позицій концепції сталого розвитку та інноваційної орієнтації інвестицій і творчих посилів діяльності є такі блоки:

- ефективні інститути держави, грамотна й адекватна державна аграрна політика;
- виробнича і споживча кооперація;
- розвиток соціального і людського капіталу за допомогою освіти й примноження духовних цінностей;
- інституціоналізація, кластеризація і соціалізація села;
- зміна ролі і переорієнтація інтересів аграрного бізнесу;
- створення умов для залучення інвестицій у сільське господарство;
- зміна технологічного укладу сільського господарства;
- необхідний і достатній рівень доданої вартості, отриманий у результаті відновлення еквівалентності обміну і паритетності ціноутворення.

Своєю чергою, зміна ролі аграрного бізнесу є об'єктивною тенденцією, без утілення у життя якої проблематично уявити розвиток сільського господарства, оскільки нині він перебуває в інертному і безперспективному стані, не даючи змоги не тільки домагатися системного корінного поліпшення, а й утілення у життя навіть примітивних формальних чисто ринкових завдань і орієнтирів. Що стосується того, як був створений цей бізнес у 1990-ті роки (причому не тільки аграрний), то доречним буде навести фразу К. Маркса: «Первинний капітал виливає кров і бруд з усіх своїх пор – з голови до п'ят». Це красномовно свідчить про необхідність розвитку підприємництва в сільському господарстві і ринкових відносин, які перебувають у несформованому вигляді й є вкрай неефективними.

Ключовою тенденцією розвитку сільського господарства і сільського інституціонального середовища є формування стійкої системи відносин щодо створення, збереження і примноження соціального і людського капіталу, духовно-моральних цінностей, адже тільки духовно розвинена й освічена особистість, забезпечена необхідними умовами вільного доступу до інформації та ефективними інститутами для взаємодії, здатна органічно розвивати сільське господарство та економіку країни у цілому. При цьому ключовим є надання свободи для творчої реалізації духовно-морального потенціалу народу, не забуваючи про необхідний рівень

матеріального добробуту, порівнянню зі світовими лідерами.

Розвиток економічних і соціальних відносин повинен бути покладений на творчу синергію людини і природи, тобто з творчо активним підходом як у питаннях наукового пізнання, так і в практичних діях.

Колишні теорії висували на передній план виробничі моменти, фізичне екстенсивне нарощування продуктивних сил, розподільні концепції, що являють собою концентрування і замикання людини в обмежених сферах. Ця ідеологія рідко виходить за межі рішення поверхневих економічних завдань та органічно нездатна відповідати об'єктивним імперативам, що висувуються сучасною інформаційною економікою.

За всіх протиріч розвитку України, її абсолютної свободи поглядів на практиці часто ми бачимо пригнічення і рабство свого ж народу, саме у нас є рятівне прагнення до звільнення творчої енергії і побудови на її основі майбутнього постіндустріального суспільства.

Український народ повинен вступити на рятівний шлях духовного самовдосконалення і самодисципліни, зберігаючи свою самобутність і перетворившись на справжнього господаря своїх природних багатств і творця нової сталої соціально-економічної системи.

Моральні ідеали суспільство виховує за допомогою вдосконалення і самовдосконалення кожного з його членів, що є непорушною основою, і як тільки ця основа розхитається, тоді це загрожує втратою сенсу існування людини, а потім і розвалом країни.

Саме творча активізація, відхід від бюрократичної системи, опора на моральні ідеали та духовні цінності дадуть змогу сформувати стійку соціально-економічну систему в нашій країні.

При цьому сучасний менеджмент поступово переорієнтовує погляди з виробничих і фінансових орієнтирів та показників ведення бізнесу на інформаційні, що стимулюють творчу активність і духовну діяльність.

Актуальними й архіважливими питаннями для України є питання розвитку наукових положень, принципово відмінних від наявних догм і апріорних установок, формування унікальної теорії людського капіталу і на її основі стійкого функціонування соціально-економічної системи українського суспільства, практичної реалізації цих концепцій.

Природно, що формування і розвиток принципово нової стійкої і ефективної соціально-економічної системи в Україні можуть бути основані лише на багатому духовному досвіді, моральних ідеалах різних поколінь вітчизняного суспільства, пробудженні творчої активності та морально-духовного вдосконаленні особистості.

Тільки відмова від неефективних концепцій теперішніх українських управлінців, їх переорієнтація на людиноорієнтовану ресурсну концепцію управління сформують гідну економіку й ефективно функціонуючі громадські інститути.

Головним вихідним моментом розвитку України є її народ із тією багатовіковою історією, яка їм прожита, з усіма незліченними стражданнями і бідами. Через них він і виніс ту велику моральність, якою володіє. Економічний прогрес має спиратися на моральний ідеал суспільства, йти в ногу з прогресом соціальним. Побудова стійкої соціально-економічної системи в Україні повинна досягатися без перелому моральних ідеалів, при цьому самі ці цінності повинні зберігатися і примножуватися, і тільки на основі духовної сили можливе формування системи сталого економічно ефективного сільського господарства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Підсумовуючи ключові положення наукового дослідження, необхідно констатувати переорієнтацію економічної науки з чисто економічних позицій у русло інституціональних взаємин, соціальної філософії і духовного розвитку. При цьому економічне питання стає більш еkleктичним у науковому розумінні, і для його вирішення пропонується використовувати все більше розмаїття поглядів і позицій. У сутності своїй проведене дослідження можна підсумувати основними ключовими підсумковими орієнтирами, які поставлені і вирішені у внутрішній своїй сутності.

При цьому об'єктивним напрямом стало окреслення сутнісних рис наукової концепції сталого розвитку в рамках глобальних змін у руслі інформаційної економіки та технологічних зрушень. Тут підкреслюється, що метою майбутнього справедливого суспільства повинно бути не тільки зростання продуктивності праці, економічної ефективності реального сектору, не постійне зростання виробництва і споживання, а підтримання оптимального рівня продуктивності, виробництва і споживання виходячи з обмежень, що накладаються інтересами поточного суспільства, майбутніх поколінь і реальними ресурсами, освоєння яких не повинно викликати екологічної катастрофи.

В аспекті формування ефективного людського і соціального капіталу з належним рівнем інформаційного забезпечення прозорості інформаційних потоків, високоорганізованої інституціонального середовища, з мінімальним рівнем трансакційних витрат варто будувати систему напрямів і заходів розвитку сільського господарства з відповідною орієнтацією інвестиційного складника реформ і перетворень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дементьев В.В., Вишневський В.П. Чому Україна не інноваційна держава: інституційний аналіз. Економічна теорія. 2011. № 3. С. 5–20.
2. Костирко І.Г., Тимофіїв С.В. Досконалість інституційної інфраструктури та її оцінка: теоретичний аспект. Економіка АПК. 2014. № 2. С. 81–86.
3. Нельсон Р.Р., Сідней Дж.У. Еволюційна теорія економічних змін; пер. с англ. М.: Дело, 2002. 536 с.
4. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. Экономика и математические методы. 1999. Т. 35. № 2. С. 3–20.
5. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / П.Т. Саблук, О.Г. Шпикуляк, Л.І. Курило. К.: ННЦ ІАЕ, 2010. 706 с.
6. Шубравська О.В., Прокопенко К.О. Перспективи модернізації аграрного сектору України. Економіка України. 2013. № 8(261). С. 64–76.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

UDC 719:338.48:379.85

TOURIST MARKET BASED ON HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE: THEORETICAL FOUNDATIONS AND MODERN TRENDS

РИНОК ТУРИЗМУ, ЗАСНОВАНИЙ НА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІЙ СПАДЩИНІ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Ganski V.O.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Lviv University of Trade and Economics

The article defines the economic essence of the definition of cultural tourism as a one of main segments of the market of tourist services. The article presents and analyzed the latest tendencies in the tourist market using objects of historical and cultural heritage as resource base are. The text highlights the basic elements of the market mechanism of tourist development of historical and cultural heritage.

Key words: tourism, historical and cultural heritage, cultural tourism, tourist services market, tourist resources.

У статті визначається економічна сутність дефініції культурного туризму як одного з основних сегментів ринку туристичних послуг. Наводяться та аналізуються новітні тенденції на туристичному ринку, який використовує в якості ресурсної бази об'єкти історико-культурної спадщини. Визначаються основні елементи ринкового механізму туристичного освоєння історико-культурної спадщини.

Ключові слова: туризм, історико-культурна спадщина, культурний туризм, ринок туристичних послуг, туристичні ресурси.

В статье определяется экономическая сущность дефиниции культурного туризма как одного из основных сегментов рынка туристических услуг. Приводятся и анализируются новейшие тенденции на туристическом рынке, использующем в качестве ресурсной базы объекты историко-культурного наследия. Определяются основные элементы рыночного механизма туристического освоения историко-культурного наследия.

Ключевые слова: туризм, историко-культурное наследие, культурный туризм, рынок туристических услуг, туристические ресурсы.

Problem setting. Cultural and heritage tourism began to expand as a mass phenomenon in the 1970s and 1980s with a considerable economic and social impact. It was a consequence of the self-development of the tourism industry and its need for diversification. During the previous decades and stimulated by a long period of unbroken economic growth in most developed countries, tourism enjoyed a great expansion. This was largely based on standardized products, mainly offered by tour operators through the travel agencies system. The result was an increase in the number of destinations and resorts. Over the years, many of them have followed a life-cycle profile, from involvement and consolidation, to stagnation and, in some cases, even decline. So, the need to adapt the

current offer to a more exigent demand, fuelled by a rising competition with new destinations, developed the specializations of many tourism areas and the search for added-value products. The resulting scene is characterized by being much more dynamic and competitive, in which a multitude of specialized offers proliferate at lower costs. Tourism products can be segmented by travel motivation (business, holiday, health, academic or religion, among many other driving forces), by user groups (families, senior citizens, professional people or students), by destination (cities, coast areas, countryside regions or countries), by time (holiday seasons, weekends, special events or business periods), and by the level of maturity of the destination (more or less emergent, with larger or weaker

touristic supply, level of social reputation). Global tourism operators try to offer new appealing attractions, taking into account the improved transportation conditions, the lower costs in several emerging destinations, and the increase of available information thanks to communication technologies. Thus, cultural attractions have become an excellent way of adding value to a destination. They respond to the need for alternative options, new experiences and diversification, both domestic and abroad. They can serve as either primary or complementary features of a tour, helping to convince the tourist about vacation destination, in particular when this fits into the system of cultural recognition of the more cultivated and wealthier citizens. In the early stages of development of the tourist industry, artistic and heritage attractions had little relevance in most of their packaged products, except for a minority of cultivated tourist or first-class cultural destinations. For the mass-market operators (travel agencies, tour operators, hotel chains or the transportation industry), local culture was something inherent in the destination, a marginal and complementary product in the package rather than a niche market in itself. However, increasing market segmentation creates new opportunities for specialist cultural tourism markets and operators.

Recent research and publications' analysis.

Most significant in this area is thorough publication on the Economics of culture by A. Rubinshtein [1; 2], I. Rizzo and A. Mingosa [3], J. Hausner, A. Karwinska and J. Purchla [4], D. Rypkema [5], L. Prybeha [6], I. Martynenko [7] etc. However, despite the existence of separate publications on the economics of culture, the influence of heritage on the economic situation and potential impact on socio-economic development remain virtually unexplored, what determines a high degree of relevance of this study in the light of the special social importance of this problem.

The goal of the article. The goal of this article is to determine the theoretical foundations and modern trends in development of tourist market, which is based on the use as a objects of attraction of historical and cultural heritage.

Key research findings. Cultural tourism, and particularly heritage tourism, has its antecedents in the self-exploration and educating travel toward the roots of Western culture by artists, intellectuals and upper European classes. Nevertheless, today's cultural tourist experience has very little connection with it. The length of time spent was several months, whereas today could be of a few days. Communications and tourist facilities make everything easier, faster and cheaper. Most cultural tourists are today middle-class citizens without much time and with other kind of expectations and interests. But despite all this, most popular cities and monuments remain in the imagination of people as main icons of desire. That explains the concentration of cultural tourism main flows in traditional heritage destinations (Paris, Rome, Ven-

ice, Athens) and the difficulties of new regions and spots to be top of the list.

So, behind the contemporary cultural tourism, there is an illustrated substrate, even romantic, conditioned by the cultural capital of visitors. This determines the demand for the most recognized icons of the material heritage of Western culture, in Europe, the Americas and the Middle East. Monuments and material heritage sites attract most cultural tourism demand, well above the tourism of festivals, live performances, contemporary art and even handicrafts and immaterial heritage tourism. At the same time, there is a Eurocentric approach that ends up influencing the cultural tourist flows from other continents, for instance, the growing Asia and Pacific markets. The development of cultural capital through consumption is concentrated spatially, because of the accumulation of "real cultural capital", in specific locations (both at the source and on the destination of the tourism flows). The perception of a place as part of personal heritage is associated with the visitation patterns. In particular those who view a place as bound up with their own heritage are likely to behave significantly different from others.

Despite the crisis, tourism flows continued to grow worldwide in 2011: 980 million international tourist arrivals worldwide. Advanced economies attract 53,4 per cent of total arrivals; 39 per cent only in the European Union. Most tourism flows take place within the traveller's own region (76,7 per cent of worldwide international arrivals), most of them intra-European flows. These figures should be added to domestic tourism, a significant part of the pie in large developed countries [3, p. 386].

Unfortunately, it is not possible to have reliable data on the proportion of cultural tourists. Some estimation referring data from the World Tourism Organization shows that approximately half of all international trips involve visits to cultural heritage sites, or more precisely the 37 per cent of total tourist trips are culturally motivated. In line with other authors, it is not possible to obtain reliable data worldwide. Obviously, the proportion ranges between different destinations based on their profile and reputation level [3, p. 392].

There is an interdependent relationship between heritage recognition, tourism services and infrastructure, and the volume of tourists visiting a particular site. The availability of transportation, the physical distance and travelling time, and the cost to reach a destination are also crucial factors for the success or failure of a particular spot or region. This is the case for many heritage sites located far away from the main emission market, in remote regions.

At the same time, tourist demand depends on the emission markets level of available income. But it is also linked to perception of a reliable atmosphere and the leisure outlook of the main cultural heritage destination markets. Safety perception explains, for instance, the evolution of Mid-

dle-East heritage markets. In this context, it is very important to present a reliable atmosphere and to reinvent seduction strategies linked with expectations to remain competitive. And culture and heritage offers are especially appropriate for this. Some recent research, applied to domestic tourism in Spain, shows that cultural interest moderates individual tourist sensitivity to price, reducing its negative effect; that is, tourists driven by this interest become less sensitive to price.

For the conventional tourist agent the additional costs of the heritage service (e.g. a reasonable entrance price to a museum or archaeological site) and collateral spending (transport to the place, advertising and other distribution costs) are easily compensated by the distinguishing value contributed. Moreover, in many cases, this cultural offer is sold as a complement to the initial pack paid by the tourist. So, it generates an additional margin, or even commissions coming from some associated services.

Nevertheless, the current evolution of the intermediary mechanisms is having a great impact on the evolution of the market. At the same time, there is a more individualistic decision-making approach from a growing number of tourists. In particular, some analyses show the cultural tourist as a more discerning traveller who wants to enrich himself through contact with arts and heritage, and their inherent symbolic value. This group not only has greater purchasing power but also more seasonal flexibility than conventional tourism. City tourism, weekend locations, but also more exotic destinations, have particularly benefited from this growing niche.

Even though most data from this market comes from the industry side (number of visitors and heritage organizations, sales volume or employee size) cultural tourism is, fundamentally, a demand-driven phenomena. As demand grows, the services previously targeted towards the residents (transport, restaurants, heritage institutions), gain impetus and become providers of tourist services. Without tourists, the tourism industries (accommodation, travel agencies or transport) cease to exist as such. In the case of cultural tourism, the decision to consume a particular heritage good or service is directly linked to the motivation, taste and capital of cultural tourists. Unfortunately, there is little empirical economic research on cultural tourist demand and markets. Most applied analysis had been on impact studies, despite academic criticism, or on contingent valuation.

From a microeconomic level, only a few researchers have analysed admission price strategies, most of them devoted specifically to museums. Every few years, in some Western countries there is a heated debate on the appropriate museums price policy, between free entry and a range of payment fees, and the possibility of discriminating between residents and foreigner tourists (this last discrimination is not allowed among European Union citizens). One threat and recurrent issue

of this controversy is the lack of differentiation between successful attractions, like museums with high inelastic demand, and little-known heritage sites with poor demand capacity, frequently located away from major tourist flows [4, p. 326].

But price can be a useful tool, either as a device for achieving sustainable levels of visitor demand or as a means to generate the required funds for the maintenance and conservation of many single heritage assets. The Picasso Museum of Barcelona, concerned about the tourist onslaught expelling local visitors, decided to fix the annual multi-ticket price at only one dollar more than the normal single entry. At the same time, it opens for free on Sunday afternoons when the tourists are at the airport back home. In other cases, to impose appropriate pricing due to little demand or for ideological confusion is more difficult. In Britain, most heritage managers remain unconvinced by the logic of the user-pays principle for ideological reasons – they probably associate the pricing of access with heritage commoditization and social exclusion.

The number of heritage attractions increased greatly during the last decades. Any spot tried to become an attractive tourist destination. Local authorities, chambers of commerce or cultural officials sought to convert historical sites into tourist attractions, sometimes without a strategic and sustainable plan. The motivation is a mix of economy, nostalgia, local pride and even the argument that there is no other suitable local development alternative left. Everyone tries to differentiate destinations and products, in a context of homogenization of the recognition system and of their own differentiation strategies and of growing competitive market. As more regions compete in (re)producing and promoting themselves for heritage tourism employing the same formulaic mechanisms, their ability to create “uniqueness” arguably diminishes.

The heritage preserved, studied and disseminated in museums, archaeological sites and heritage centres comprises the collection of monuments, works and artefacts set in value, in a specific context from a historical, aesthetic, scientific or social perspective. Its preservations and development over time is the result of a consciously collective process shared by small communities of experts and believers. Most museums are the result of the initiative and leadership of a minority of predisposed groups of individual people: historians, archaeologists, architects, folklorists, artists, scientists and many unknown sensitive citizens. Their job consisted not only of the physical preservation (in the beginning, many times as individual collectors) but, basically, of starting the slowly but progressive process of social recognition.

The first mission of most heritage institutions is the acquisition, protection, restoration and conservation of their collection. But this research process achieves its full sense when the collection is made available for the enjoyment and collective enlightenment of the community (the local popu-

lation, the scientific community and the whole of humanity). And this is done through a process of valorization of the assets given. In this way, heritage organizations are the result, and at the same time a powerful engine, of a virtuous circle of value and services flows with their communities. The initial effort and willingness of the founders has resulted in the availability of resources and a positive legal and social framework for the site to takeoff. These resources allow the launch of a set of heritage services: a research department; the permanent and the temporary exhibitions; the library or the pedagogical service; and also some periphery services (e.g. rest areas, a gift shop, a restaurant or a cafeteria). If this supply reaches a growing demand, finding new funding and supporting the project will be easier: protectionist regulation, government grants, philanthropy donations or voluntary work, among others. That is why the symbolic value and the flow of resources and services increase. The virtuous circle attracts more corporation sponsorship and product sales, circumstances which drive the quantity and quality of services offered by the centre.

When the process of recognition goes beyond the scientific community and the local audiences – interested national and foreign visitors – the product becomes part of a universally shared heritage. So, cultural tourism becomes one of the potential positive externalities of cultural heritage with direct, indirect and induced economic impact on the host community. The attitude of heritage managers is a key aspect to valuing the process, but not sufficient in itself. The capacity of dialogue and negotiation with the diverse stakeholders – community leaders, tourism operators and governmental planners, among others – is crucial for the process. All must understand that they have shared responsibility for the success of the cultural tourism dynamics story. When it does not occur, there is a risk of entering into a vicious and destructive cycle.

This problem has been analysed in a variety of situations: overcrowded heritage cities; fragile archaeological spots, natural heritage sites and museums at the limit of their carrying capacity; or even exploited indigenous communities. Most suggest that the challenge for managers is to keep touristic flows under the threshold of carrying capacity. This concept, widely used in other fields of research, is defined as the number of visitors that an area can accommodate before negative impacts occur. But the vicious circle goes beyond the threshold of carrying capacity reaching the unsustainability of the heritage site as a whole.

The vicious circle determines a continuous down turn of the attractiveness of a place that may turn into an absolute decline in the performance of the industry when the quality content falls below, and the accessibility exceeds, some critical thresholds. More means worse when there is an asymmetric information and spatial displacement in heritage tourism.

One of the best-known cases of vicious circle due to the overcrowding of tourism is Venice. This was also the case of many places of the Crimea, where trippers ruined the site without providing value to the city. These cases show that “soft” controls based on reservation restrictions and pricing are preferred as cheaper, more flexible, and easier to enforce. However, in situations in which the heritage might be physically endangered by the tourism pressure, “harder” measures are required. In some historical place, access has been banned or strictly limited to the scientific community, but tourists can enjoy well-done replicas. In such cases, it is important that the loss of authenticity of the visit is compensated by the interactivity and educational value of the alternative replicas [5, p. 96-102].

Tourism area life cycle, adapted to heritage tourism sites, helps to explain the process of takeoff, development and consolidation of a site, as well as its stagnation and potential decline. The life-cycle model suggests that management should be proactive, smoothing the fluctuations foreseen by the cycle and favouring a balanced relation between the costs and benefits originated by tourism.

When a destination crosses its sustainable threshold, it is easy to fall into a process of deterioration and decline, pushed by the vicious circle previously described. Congestion costs, asymmetric information and commoditization are some of the most common causes. The result is a lower quality of the visit and a disincentive demand. In other cases, there is a reorientation and rejuvenation of the place and its main actors. Many strategies are possible, from the enlargement capacity of the site to a strict regulation of the way to access. In all cases, planning and evaluation and the takeoff of new value services are essential. Not all heritage attractions share the same life cycle. Most of them are unknown and will desire growing tourist flows. The challenge consists of a good diagnosis, a certain balance between the different stakeholders on stage and an accurate process. An inequity gap could exist on those rural or indigenous communities whose cultural heritages are being appropriated and exploited by multiple commercial entities for tourism purposes and personal gain. Little of the profits realized benefit the local community, the original creators and owners of the local culture. Respect for local residents' quality of life is one of today's challenges, both in overcrowded advanced heritage sites and in world regions of development [9, p. 43-52].

Also, one of the principal dilemmas of heritage attractions is how to satisfy visitors' expectations, and manage their impact, without compromising the authenticity of the visitor experience itself. Carrying capacity control, in the traditional sense used by researchers, only shows one aspect of the challenge.

The sustainable development of heritage tourism stands on a larger concept than the traditional one of carrying capacity, the “capacity of accept-

ance". This could be defined as the level of human and economic activity that an area can accept without heritage deterioration, without the quality of the visit being degraded, and without the local community suffering. An allegorical stool based on three interdependent legs describes this idea. The first one is the conservation of the heritage resource, its physical and symbolic preservation. The overcrowded visit of many popular heritage resources implies some risk of deterioration. The assessment of the degree of damage, the economic cost of restoration and the social cost of its potential destruction give some indicators of measurement. The second leg of the stool is the quality of the experience for visitors and tourists. The satisfaction or benefit obtained by the cultural tourist could be measured through surveys and contingent valuation exercises. Three factors could synthesize the feeling of benefit or prejudice: according to expectations, to previous similar experience and to the cost of the direct and the indirect experience.

Last, but not least, local community development and residents' quality of life is the third aspect to consider. Cultural tourism accounts for a large number of communities, an alternative for economic and social development. Cultural tourism could be considered, in principle, more respectful to local cultural values than other tourist flows. At the same time, one might expect that locals are best positioned to design and provide cultural heritage services.

But that will depend on their capacity to lead and manage the process. In some cases, however, culture is used as an argument or as a resource for creating a new form of economic exploitation that clearly benefits certain local forces (some entrepreneurs and political class) and external promoters (touristic, building industry and real estate interests). These may have negative effects on certain sectors of society, those who suffer the adverse externalities of the process (noise, litter, congestion, among others) and do not benefit from the positive effects of it (income, employment, social status, etc.). And, in the case of immaterial heritage, it can even lead to damaging the survival and value of cultural heritage. In many other cases (well-integrated sites to local development strategies), it can provide positive externalities to most of the community.

From an economic point of view, the relationship between cultural heritage and tourism covers several interesting issues. The most studied aspects are the direct, indirect and induced economic impact of the tourism flow, especially to singular cultural heritage locations or regions. One of the problems of cultural heritage analyses is clarifying what we mean or include in cultural tourism demand and supply. This explains the difficulty in obtaining reliable statistics and drawing conclusions not only about the economic dimension and impact of the phenomena, but also about the behaviour of cultural tourists and tourism operators [8, p. 121].

Heritage tourism concerns, in different ways, the life of many individual citizens: tourists, local residents and workers of both the tourism and heritage industries. It also affects the economic activity of different institutional actors: cultural institutions, tourist operators, governments and other agents. It involves the expectations and consumption decisions of domestic and foreign tourists visiting what they perceive as a cultural rich site (a complex question given the diversity of tastes and values). At the same time, it influences the communities of people living in heritage emblematic environments. Nor does it leave the local and regional authorities indifferent: the departments of planning and economic development, the cultural heritage units and the public security and cleaning services, among others. Evidently, the impact is also very evident for the tourist industries, the great beneficiaries of the phenomenon. But there are other stakeholders on related economic areas, like the real estate and the building industries, the retail sector, handicraft production or the transport industry. Finally, it also influences the local heritage community, both the professionals and the local audience of museum and heritage sites. All of them receive, in a more or less intense way, positive and negative impacts and suffer or enjoy the externalities of the phenomena.

But these interdependent actors have quite weak links among them. The tourism industries and the heritage sector operate as parallel activities in most places with remarkable little dialogue between both, even in the most successful cultural tourism destinations. The strategies of the cultural and tourist governmental authorities also operate in parallel. The result is many misunderstandings and the loss of opportunities to provide high-quality experiences to visitors. To facilitate the consumption of heritage products, many cultural heritage resources need to be transformed into appealing cultural tourism products. This process requires mutual understanding and collaboration.

This question leads to another interesting economic debate: the models of management and governance of each one of the engaged stakeholders. In this sense we have to distinguish the managerial behavior of tourist agents (transport companies, travel agencies, hospitality organizations, etc.) from the managerial behaviour of cultural heritage institutions. The mission, goals and temporal perspective clearly differ, as well as its values and organizational cultures. The heritage sector is usually owned by government bodies or nonprofit organizations, while tourism agents are mainly owned by private people seeking for shorter-term profits.

Another interesting issue is the workforce integrated in activities linked to heritage tourism: entrepreneurs, freelance professionals and employees of both the tourist and heritage industries. There is little research focused on their demographic profile, educational competences, professional position,

income level or work seasonality. This last aspect has been recently studied in the case of Italy where heritage attractions are part of sun and beach tourist destinations. The focus of this research is in the contribution of cultural heritage in reducing tourism seasonality. Unfortunately, its results show that the impact is rather limited in destinations close to the sea, even in the case of well-known cultural heritage destinations.

As more tourists are attracted by a heritage site, more direct, indirect and induced jobs are created. In an aggregate level, cultural tourism creates a few new direct jobs (e.g. tour guides, professionals of specialist new heritage services). Its most relevant impact is in indirect employment, mainly in the tourist industries and a few on heritage institutions. In this second case, partly due to the extra political and social legitimacy that tourism gives to heritage organizations. In any case, it is necessary to consider the quality of jobs created, its seasonality and the overall economic contribution generated.

Beyond this issue, it is difficult to extrapolate the consequences of an impact study to another location or circumstances. Unfortunately, this occurs frequently. Cases such as the Guggenheim Museum in Bilbao, with very large positive economic effects on the Bilbao area, are used as an argument to prove the generalized goodness of similar operations. The abuse of impact studies, with inappropriate methodologies and conclusions has generated a number of criticisms from the scientific community. This explains why in recent years there have been a number of contingent valuation studies, many precise and appropriate.

In any case, the evaluation of the aggregated economic, social and cultural impact of cultural heritage tourism is fairly difficult. First, this is due to the heterogeneity of the generated effects when modifying the redistribution of available public and private resources, social structures, cultural values, use of the territory or economic activities, among others involved issues. A good part of these effects are quite ambivalent because each actor or community values the received impacts as a function of the degree of the perceived effect, previous experience and context. To compare the results of tangible phenomena - such as jobs generated or the cost of living due to tourist pressure - next to individual or collective subjective perceptions - like prestige or the feeling of learning or pleasure - is very complex.

The difficulty increases when the available information is asymmetrically distributed. At the same time, people's aversion to change or risk depends on the intensity and speed of the processes themselves, and of the possibility of each actor being a protagonist or a passive subject of the change (e.g. being an entrepreneur, a cultural activist or a regular neighbour). So, the negative impact with respect to an intensive tourist avalanche diminishes greatly when the flow grows slowly or one is directly involved in the change. In order to manage

a new tourist flow to a heritage site, it is important: first, to know the positive and negative effects, direct, indirect and external; second, to know its asymmetric economic and social distribution; and third, to share this information among the stakeholders. For heritage sites tourism represents directly a way to increase the number of visitors and incomes and, consequently, the possibility of having a larger budget and doing more. It also represents some costs: translations and adjustment costs, free-rider opportunism, tourism segregation and other collateral costs.

But heritage tourism also has indirect and external effects. The positive effects may include: stronger political legitimacy; higher local community valorization of its own heritage, economic impact and larger intercultural exchange. Among the negative effects may be cited less need to attract local people, residents' desertion of their own heritage attractions; increase in the cost of living for local people; and the substitution of an intrinsic argument for an extrinsic one in the legitimacy of the social role of cultural heritage.

In summary, the tourism generated around the cultural heritage is quite large in many cities and countries. It has a non-negligible capacity for sustainable development, both at the institutional and regional level, although it is important not to exaggerate its impact. It is advisable to analyse in detail the context and the potential development of each case.

Conclusions. The paradox is that despite the consolidation of a specific and growing cultural tourism market, most of the tourists consuming cultural products do not choose their destination primary for this reason. Heritage attractions, the core of cultural tourism demand, are in most of the cases one of a larger set of reasons to explain travellers' goals. People visiting relatives, going to conferences or trade fairs, doing a weekend break and even summer holidays combine leisure or business with the consumption of cultural services along with other activities. So, cultural tourism includes both the mainly motivated tourists and the larger group of cultural consumers that travel with juxtaposition of motivations. According to the periodic surveys conducted by the European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) at the door of heritage and other cultural attractions of a set of European cities, only few travellers - between the 20 and the 30 per cent of them - admitted that the choice of their destination attends to cultural reasons. For all these reasons, it is actually very difficult to define what cultural tourism is about. There are almost as many definitions as there are tourists visiting cultural places. The touristic phenomena is defined by the World Tourist Organization as the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated

from within the place visited. This is a demand-side kind of definition. In line with this approach, the most common definition of cultural tourism (established by the ATLAS network and accepted by the World Tourism Organization) says: the movement of persons to cultural attractions away from their normal place of residence, with the intention to gather new information and experiences to satisfy their cultural needs. Thus, heritage tourism can be defined as the explicit and voluntary contact that tourists have, away from their normal place of residence, with cultural heritage through the visit or consumption of heritage goods and services. It comprises visits to historic cities or towns, monuments, worship and civil heritage buildings, historic gardens, industrial heritage sites, archaeological sites and museums, among other heritage attractions. It also includes the consumption of goods and services directly linked to them: souvenirs, handicrafts, special tours, etc. This is a definition clearly related to a product-based approach, which is quite useful for the economic analysis of the heritage tourism market and its social, economic and political impact. It should be noted, beyond this definition, that most tourists are involved, in a more or less involuntary way, in the consumption of experiences and products which have – from an anthropological point of view – some kind of cultural component (the consumption of traditional local food or handicrafts, the enjoyment of the local historical flavour or the external view of monuments placed in their touristic destination). The use of the explicit motivation to visit cultural attractions as the key aspect to differentiate cultural tourists from other travellers is quite useful. It also can be used to test typologies of cultural tourist. So, attending to the definition of cultural tourist (larger

or narrow), their diverse typologies or their source and destination, the proportion of cultural tourists in relation to global tourism data ranges significantly. Well-known monumental cities attract most of their tourists due to their highly appealing cultural supply, while the proportion of culturally motivated tourists is much smaller in sun and beach destinations. In developed countries, many of the heritage products consumed by tourists were originally conceived for the resident's enlightenment, enjoyment and consumption. The tourist industry benefits from cultural heritage existence, its high symbolic value and its relatively low cost (heritage sites in most of these countries are subsidized by the government). It might be done with some small cultural or organizational adaptations (translation to tourist own languages, changes on the calendar, among others) but most heritage resources and products existed previously. Only a few services are specifically created to satisfy the tourist's expectative or their direct demand. In emerging countries most heritage products are the result of an explicit strategy to attract tourism. This affects the profile and scope of many heritage products. Furthermore, it must be considered the economic and social expectations that local population has of their own cultural heritage: its real use as regular visitors and the ways of appropriation of the symbolic value of heritage. In many ways, the cultural heritage (and its professional sector) benefits from the visibility, social legitimacy and income resources coming directly or indirectly from the tourism phenomena. In general there is a win-win rapport, but as we will consider, the relationship between cultural heritage and the tourist industries (there is a range of tourism activities involved) can tend to become a virtuous or vicious circle.

REFERENCES:

1. Экономика культуры / отв. ред. А.Я. Рубинштейн. – Москва: Слово, 2005. – 436 с.
2. Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под ред. А.Я. Рубинштейна. – Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. – 108 с.
3. Rizzo I., Mingosa A. Handbook on the Economics of Cultural Heritage. – Northampton: Edward Elgar Publishing Inc., 2013. – 640 p.
4. Kultura a rozwój / J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla. – Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2013. – 518 s.
5. Рипкема Д. Экономика исторического наследия. – Москва: Билдинг Медиа Групп, 2006. – 156 с.
6. Прибега Л. Архітектурна спадщина України: пам'яткоохоронний аспект. – К.: Інститут культурології НАМ України, 2015. – 237 с.
7. Мартыненко И.Э. Правовой статус, охрана и восстановление историко-культурного наследия. – Гродно: ГрГУ, 2005. – 343 с.
8. Ганский В.А. Глобализация туристического бизнеса и формирование мирового рынка туристических услуг // Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития: монография / под ред. Т.В. Внуковской. – Ставрополь: Логос, 2012. – 289 с.
9. Ganski U. The features of marketing of historical and cultural heritage locations and tourist destinations // International economic relations and prospects for national development: contemporary challenges and solutions: monograph / under the editorship of M.I. Fleychuk, U.A. Ganski, V.U. Kazlouski [and others]. Daugavpils: Daugava Print, 2018. – 364 p.

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ ЄС

FINANCIAL MECHANISMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE EU FOOD SECTOR

Конохов С.В.

аспірант кафедри міжнародного обліку та аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті досліджено фінансові механізми спільної агропромислової політики ЄС у контексті їх відповідності головним засадам реформування галузі, такі як: імплементація механізмів антикризового менеджменту, нарощування інвестиційних програм, стимулювання заходів із підтримки рівноваги і захисту довкілля, спрощення процедур відкриття власного аграрного бізнесу. Описано стратегічні пріоритети Спільної аграрної політики ЄС на сучасному етапі розвитку європейської континентальної інтеграції. Проаналізовано, як діюча у ЄС спільна агропромислова політика включає інструментарій розбудови ринкового конкурентного середовища та запровадження інноваційних форм організації бізнес-діяльності у сфері АПК.

Ключові слова: спільна агропромислова політика ЄС, продовольча безпека, Європейський сільськогосподарський фонд для розвитку сільських районів, сталий розвиток, розвиток сільських районів, екологізація сільського господарства ЄС.

В статье исследованы финансовые механизмы совместной агропромышленной политики ЕС в контексте их соответствия главным принципам реформирования отрасли, такие как: имплементация механизмов антикризисного менеджмента, наращивание инвестиционных программ, стимулирование мероприятий по поддержке равновесия и защиты окружающей среды, упрощение процедур открытия собственного аграрного бизнеса. Описаны стратегические приоритеты Общей сельскохозяйственной политики ЕС на современном этапе развития европейской континентальной интеграции. Проанализировано, как действующая в ЕС совместная агропромышленная политика включает инструментарий развития рыночной конкурентной среды и внедрение инновационных форм организации бизнес-деятельности в сфере АПК.

Ключевые слова: совместная агропромышленная политика ЕС, продовольственная безопасность, Европейский сельскохозяйственный фонд для развития сельских районов, устойчивое развитие, развитие сельских районов, экологизация сельского хозяйства ЕС.

The article examines the financial mechanisms of the EU common agricultural policy in the context of their compliance with the main principles of industry reform, such as the implementation of crisis management mechanisms, investment enhancement, promotion of equilibrium and environmental protection measures, and simplification of the procedures for opening up their own agrarian business. The strategic priorities of the Common Agricultural Policy of the EU are described at the present stage of development of European continental integration. It is analyzed how the common agricultural policy in force in the EU includes tools for developing a market competitive environment and the introduction of innovative forms of organizing business in the field of agribusiness.

Key words: EU common agricultural policy, food safety, EU agricultural fund for rural development, sustainable development, rural development, EU agricultural ecologisation.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими.

науковими чи практичними завданнями. Проблематика сталого розвитку аграрного сектору ЄС набуває нині додаткової актуальності з урахуванням тієї обставини, що тут зайнято близько 22,2 млн. осіб (у тому числі 6,5 млн. у Румунії, 3,5 млн. – у Польщі та 2,1 млн. – в Італії) [1], з них 5 млн. – у сфері переробки сільськогосподарської продукції. У сукупності сільське господарство, рибальство і лісництво,

де зайнято майже 9% загальної зайнятості, генерують близько 4% валового внутрішнього продукту угруповання [2]. В аграрному секторі Євросоюзу функціонують близько 10,8 млн. фермерських господарств [3], що провадять свою діяльність майже на половині території Євросоюзу і поглинають до 47% загального бюджету блоку [4]. Загалом же європейські платники податків тільки у вигляді субсидій щорічно перерозподіляють на користь аграріїв близько 58 млрд. євро [5]. Таким чином, постає

актуальність виявлення відповідності фінансових механізмів цілям сталого розвитку ЄС, що є цементаутворюючою основою спільної агропромислової політики ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Питаннями спільних політик ЄС та механізмів їх реалізації, зокрема у агропромисловій сфері, присвячено роботи багатьох провідних українських та іноземних учених: В. Корчун, О. Попової, С. Шерстюк, С. Тивончук, Г. Сухомірова, Ф. Адінолфі. Однак більш детального дослідження потребує виявлення відповідності механізмів реалізації САП ЄС цілям сталого розвитку.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є виявлення відповідності фінансових механізмів, що нараховують до 47% загального бюджету блоку, цілям сталого розвитку ЄС, які є цементаутворюючою основою спільної агропромислової політики ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням.

отриманих наукових результатів. Високі кількісні показники функціонування аграрної сфери в ЄС є запорукою досягнення європейськими сільськогосподарськими виробниками усталеної конкурентної диспозиції на глобальному ринку. Так, частка Євросоюзу у світовому сільськогосподарському експорті становить нині 17%, з яких майже 70% – група товарів із високою доданою вартістю і глибокого ступеня переробки [6]. У період 2005–2015 рр. середньорічний сукупний дохід, згенерований сільськогосподарськими факторами, у реальних цінах становив близько 145 млрд. євро, а підприємницький прибуток в аграрному секторі – понад 88 млрд.

Розвиваючись у руслі головних світогосподарських трендів у царині продовольчого забезпечення, реформування Спільної аграрної політики ЄС на період 2014–2020 рр. має забезпечити свій вагомий внесок у повномасштабну імплементацію європейської стратегії «Європа – 2020» через поглиблення координації національних економічних політик в аграрній сфері для досягнення сталого економічного розвитку та нарощування глобального конкурентного лідерства ЄС у сфері продовольчого забезпечення. Між тим у новому програмному періоді планується значне зменшення частки САП у бюджеті Євросоюзу з 39% у 2013 р. до 33% у 2020 р. Суттєво (на 10%) скоротяться й видатки на прямі платежі фермерам, а їх розмір напряму залежатиме від країни-реципієнта: якщо для «старих» членів угруповання виплати будуть скорочені на 5% (з 282 до 269 євро за 1 га), то для нових членів угруповання – зростуть на 60% [7].

У характеристиці сучасної системи забезпечення продовольчої безпеки в Європейському Союзі на особливу увагу заслуговують її *інституційні механізми*, котрі впродовж усього часу своєї імплементації демонструють доволі високі

ефективність і результативність щодо регулювання обсягів виробництва та переробки сільськогосподарської продукції у рамках даного інтеграційного угруповання. Так, діючи в інституційних рамках ЄС систему Європейських структурних й інвестиційних фондів (ЄСІФ) нині репрезентують Європейський фонд регіонального розвитку (ЄФРР), Європейський соціальний фонд (ЄСФ), Фонд згуртування (ФЗ), Європейський сільськогосподарський фонд для розвитку сільських районів (ЄСФРСР), Європейський морський і рибальський фонд (ЄМРФ), а також Ініціатива зайнятості молоді (ІЗМ). Їхня діяльність, будучи зорієнтованою у тому числі й на здійснення фінансування різноманітних проектів у сфері сільського господарства, агропромислового комплексу і рибальства, соціально-трудо-вих відносин і зайнятості у цих сферах, справляє потужний позитивний вплив на посилення цільності взаємозв'язків між країнами-членами у царині забезпечення продовольчої безпеки.

На рис. 1 представлено цільовий розподіл фінансування пріоритетних напрямів реалізації інтеграційної стратегії ЄС у розрізі Європейських структурних й інвестиційних фондів упродовж 2014–2020 рр. Він показує, що Європейський сільськогосподарський фонд для розвитку сільських районів (ЄСФРСР) є нині одним із найбільших фінансових донорів її імплементації: на нього припадає 21,7% загального структурного фінансування на загальну суму 98,7 млрд. дол. США. При цьому в країновому розрізі найбільшими отримувачами фінансових ресурсів ЄСФРСР є Польща (13,6 млрд. євро), Італія (20,9 млрд.), Іспанія (12,4 млрд.), Франція (15,9 млрд.), Німеччина (14,4 млрд.), Румунія (8,6 млрд.) та Австрія (7,9 млрд. євро) [8].

Водночас основними сферами фінансування Європейським сільськогосподарським фондом для розвитку сільських районів структурних реформ на період 2014–2020 рр. є конкурентоспроможність малого і середнього підприємництва (27,5 млрд. євро); захист довкілля і ресурсоефективність (23,4 млрд.); соціальна інклюзія (11,4 млрд.); адаптація до кліматичних змін та убезпечення від ризиків (21,2 млрд. євро). При цьому передбачається, що повномасштабна реалізація Євросоюзом спільної аграрної політики на період до 2020 р. додатково згенерує приплив масштабних капіталовкладень приватних інвестицій в агропромисловий комплекс на рівні 16,8 млрд. євро [10] та каталізує процеси створення тут близько 58 тис. малих і середніх підприємств [11]. І це без урахування досягнення мультиплікативного ефекту від диверсифікації сільськогосподарського виробництва, підвищення рівня задоволення його інвестиційних потреб, створення тут нових робочих місць, а також зростання матеріального добробуту сільських жителів та нівелювання розриву в рівнях розвитку сільських і міських регіонів у межах ЄС.

Загалом же на розвиток сільського господарства витрачається нині близько 38% бюджету Євросоюзу, що становить близько 0,4% його валового внутрішнього продукту [12]. Є всі підстави стверджувати, що саме наднаціональне об'єднання фінансових ресурсів на рівні ЄС не тільки забезпечує ефективне їх використання, а й нівелює загрози спотворення параметрів продовольчої безпеки за широким спектром суспільних благ та високих показників продуктивності праці в секторі виробництва харчів (близько 46,2 тис. євро в рік на одного працівника [13]). Більше того, переважна більшість міжнародних експертів із питань європейської інтеграційної політики одноставні у позиції, що Спільна аграрна політика є найефективнішою інституційною платформою досягнення державами ЄС спільних цілей у царині регіональної продовольчої безпеки на протигагу 28 конкуруючим між собою національним аграрним політикам країн-членів [14].

Виходячи зі стратегічних пріоритетів Спільної аграрної політики ЄС на сучасному етапі роз-

витку європейської континентальної інтеграції, були сформульовані *головні засади її реформування до 2020 р.*, а саме:

- цільовий розподіл грошових субсидій для забезпечення достатнього рівня доходності сільськогосподарського виробництва, орієнтованого на стимулювання макроекономічного зростання і підвищення рівня зайнятості економічно активного населення у сільських районах;
- імплементація гнучких механізмів антикризового менеджменту у сфері аграрного виробництва та його екологізація для підвищення продуктивності праці і збереження екосистеми;
- нарощування інвестиційних капіталовкладень у сферу інноваційних розробок в аграрній сфері та розбудова конкурентоспроможних ринкових ланцюгів продовольчого забезпечення населення;
- стимулювання заходів із підтримки екологічної рівноваги і захисту довкілля у сільськогосподарському виробництві;
- спрощення процедур відкриття фермерами-початківцями власного аграрного бізнесу

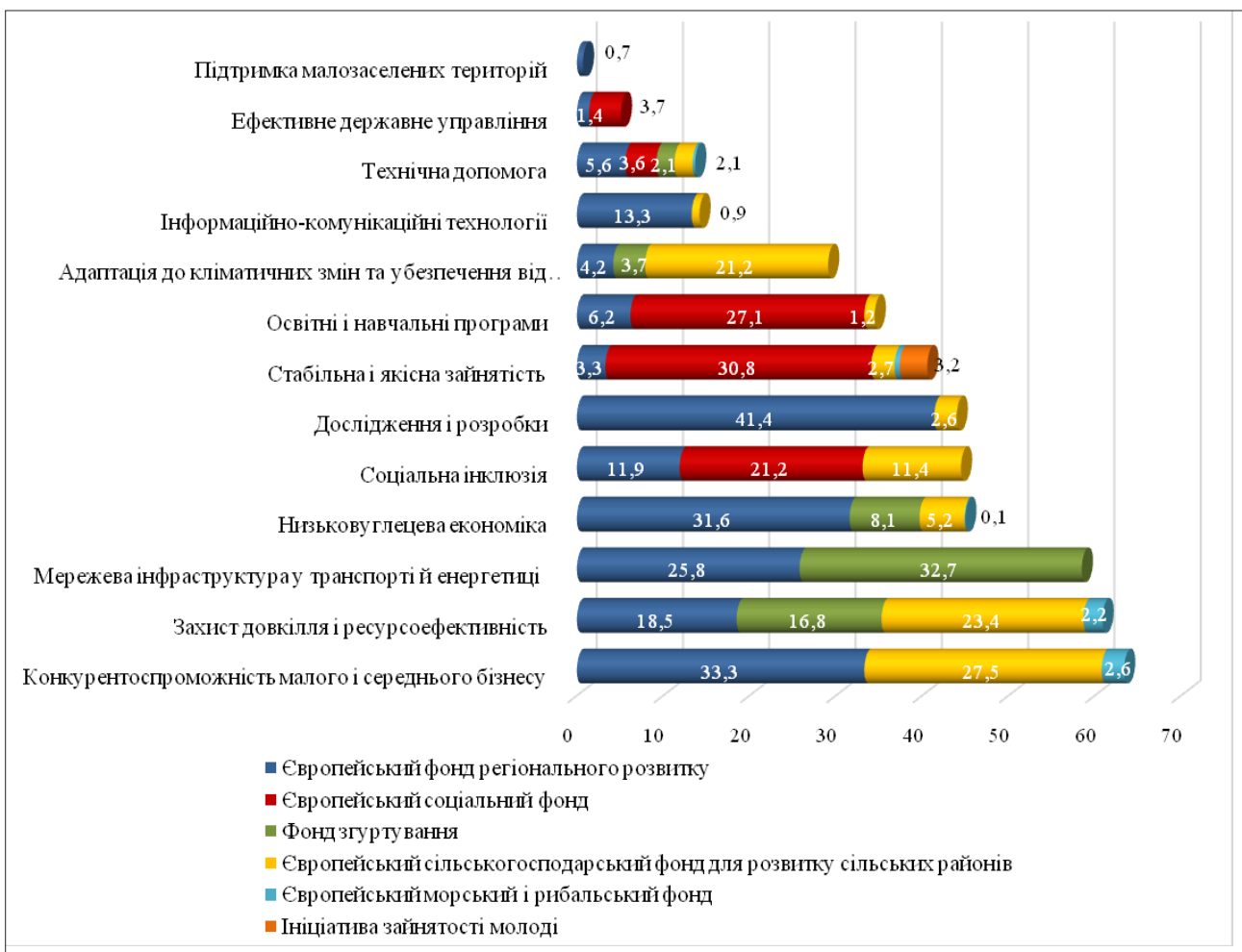


Рис. 1. Цільовий розподіл фінансування пріоритетних напрямів реалізації інтеграційної стратегії ЄС у розрізі Європейських структурних й інвестиційних фондів на період 2014–2020 рр., млрд. євро [9]

та стимулювання зайнятості та бізнес-діяльності у сільських районах із максимально повним урахуванням економічних інтересів структурно неконкурентоспроможних регіонів [15].

Досягнення цих стратегічних цілей передбачає як суттєві зміни системи адміністрування Спільної аграрної політики ЄС, так і системну модернізацію її інструментарію. Йдеться насамперед про вдосконалення двох «фінансових стовпів» САП: з одного боку, фінансового механізму прямих платежів і ринкового регулювання виробництва й обміну аграрної продукції (інтервенційні закупівлі, експортні субсидії, квоти на виробництво сільськогосподарських товарів тощо), а з іншого – системи фінансової підтримки розвитку сільських районів. Що стосується механізму прямих платежів, то на період 2014–2020 рр. вона повною мірою приведена у відповідність із вимогами СОР як у частині її переходу від зв'язаних із виробництвом виплат до незв'язаних платежів (залежно від площі оброблюваних земель), так і виплат премій аграрним підприємствам з урахуванням їх продуктивності й економічної потужності. До 2020 р. вартісні обсяги незв'язаної прямої допомоги європейським аграріям мають бути доведені майже до 35 млрд. євро щорічно, або 34%

ВВП (у тому числі понад 11 млрд. – на озеленення); зв'язаної прямої допомоги – 5 млрд.; витрат на розвиток сільських районів – 15 млрд. (у тому числі 5 млрд. – на дослідження і розробки у сфері довкілля і клімату); а витрат, пов'язаних із ринковим регулюванням аграрного сектору – 3 млрд.

При цьому у відносному вираженні у структурі витрат на реалізацію двох «стовпів» САП Європейського Союзу на період 2014–2020 рр. (частка прямих платежів і витрат на ринкове регулювання аграрного сектору) стабільно припадає від 70% до 75% загального фінансування, тоді як витрат на розвиток сільських районів – не більше 25–30% (рис. 2).

У рамках оновленої спільної аграрної політики Євросоюзу має бути забезпечений і більш справедливий розподіл прямих платежів на підтримку сільськогосподарського комплексу на міждержавному, міжрегіональному і міжсуб'єктному рівнях. Йдеться, зокрема, про гарантування з боку держави мінімального вартісного обсягу державної допомоги європейським фермерам на один гектар оброблюваної землі на рівні 60% середнього обсягу допомоги, виділеного у 2019 р. в одному адміністративному чи аграрному районі. Водночас жодна країна – член

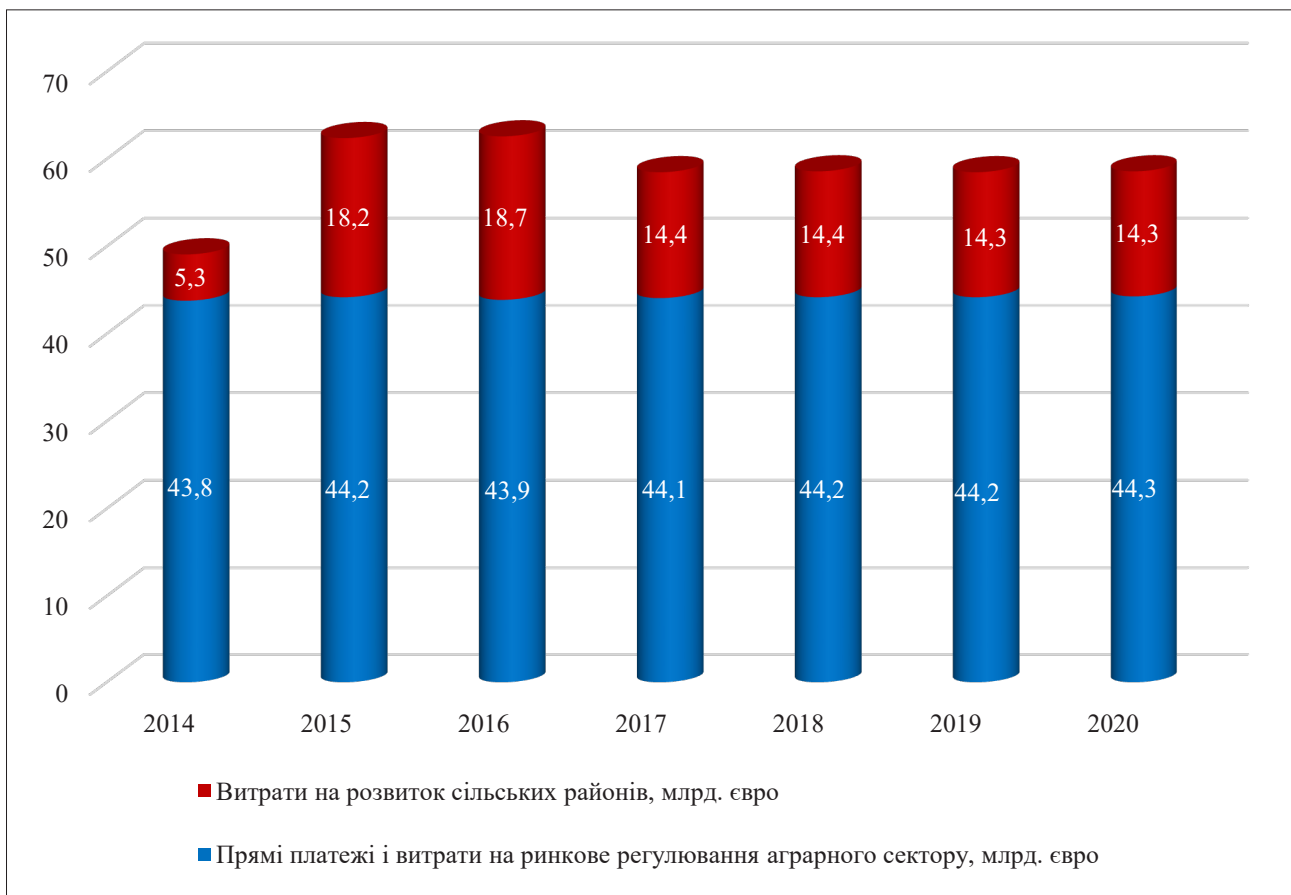


Рис. 2. Співвідношення витрат на прямі платежі й ринкове регулювання аграрного сектору та витрат на розвиток сільських районів ЄС у 2014–2020 рр., млрд. євро у поточних цінах [16]

Європейського Союзу не може отримати допомоги на загальну суму, меншу 75% середнього обсягу допомоги в рамках ЄС. Держави Євро-союзу в межах погоджених із наднаціональними інститутами і СОТ лімітів мають також можливість нарощувати масштаби прямих платежів на підтримку виробництва окремих видів аграрної продукції, насамперед у депресивних регіонах і територіях із несприятливими для ведення сільського господарства умовами.

Початкові асигнування Європейського фонду гарантування сільського господарства на 2015 фінансовий рік становили майже 43,5 млрд. євро, у тому числі асигнування під розподілений менеджмент – 43,4 млрд., а асигнування під прямий менеджмент – 0,7 млрд. Своєю чергою, розподіл доходів бюджету має таку структуру: сплата боргів – 868,6 млн. євро, невідповідності – 165 млн., податок на перевищення виробництва молока – 405 млн. євро.

У системі фінансової підтримки багатofункціонального сільського господарства на особливу увагу заслуговують також заходи зі стимулювання споживчого попиту насамперед на основі реалізації програм безоплатного чи пільгового розподілу молока, овочів і фруктів у закладах соціальної інфраструктури. Вагомий стимулюючий вплив на реалізацію Спільної аграрної політики і забезпечення продовольчої безпеки в ЄС покликане здійснити запровадження вартісних обмежень на максимальні ліміти щорічної допомоги кожному аграрному підприємству в розмірі 300 тис. євро. При цьому процедура розрахунку розміру субсидій в обов'язковому порядку враховує загальну кількість створених кожним фермерським господарством робочих місць. Інакше кажучи, розраховувати на державну підтримку можуть лише ті фермери, котрі здійснюють високоефективну господарську діяльність в аграрному секторі, а складений список видів аграрної діяльності, позбавлених права на асигнування, дає змогу «відсікти» ті фермерські господарства, діяльність яких характеризується загалом низькими показниками ефективності, не пов'язаними зі створенням нових робочих місць в аграрному секторі європейських країн.

Своєю чергою, відміна деяких механізмів секторної підтримки сільськогосподарського виробництва та квотування виробництва цукру і молока дає змогу значно поліпшити загальну систему організації й регулювання регіонального аграрного ринку. Передбачається також запровадження для фермерів цілої низки інструментів додаткового фінансування з метою не тільки їх перетворення на активних учасників регіональних продовольчих ланцюгів, а й зміцнення їх переговорних позицій із питань переробки і торгівлі аграрною продукцією. Вагому роль у цьому має відіграти заснування цілої низки професійних і міжпрофесійних організацій, імплементація системи обов'язкових пись-

мових контрактів з інституційним закріпленням контрактних умов щодо цін і базових умов постачання аграрної продукції без порушення конкурентного законодавства Європейського Союзу.

Для подолання глибоких структурних перекосів щодо надконцентрації прямих платежів великим фермерським господарствам (коли 80% вартісних обсягів фінансування припадає на 20% аграріїв) та нарощування конкурентних позицій на ринку фермерських господарств із 2014 р. в Європейському Союзі запущений у дію *додатковий інструмент їх прямої фінансової підтримки*. Його сутність полягає в отриманні невеликими за розміром фермерськими господарствами одноразової фінансової виплати на ведення аграрної діяльності на основі спрощеної системи контролю над цільовим використанням коштів і значно послаблених зобов'язань у сфері екології і реалізації принципів перехресної відповідності. Завдяки цьому інструменту (з 10%-ю часткою у загальноєвропейському бюджеті на реалізацію САП) для дрібних фермерів значно полегшується доступ до загальноєвропейської системи прямих платежів і зменшується тиск адміністративного тягаря. З метою ж нівелювання загрози подрібнення великих аграрних підприємств для отримання субсидій за спрощеними схемами вони будуть виплачуватися тільки тим фермерським господарствам, які мали статус малих станом на 2014 р. або їх спадкоємцям [17].

Якщо характеризувати головні напрями *розвитку сільських районів*, то в оновленій Спільній аграрній політиці ЄС на період до 2020 р. йому відводиться стратегічно важлива роль. Зокрема, передбачені заходи реформування мають стосуватися: сприяння трансферу знань та інновацій у сільському господарстві; нарощування його конкурентних позицій на світових ринках; розбудова продовольчих ланцюгів постачання й системи ризик-менеджменту в сільському господарстві; відновлення і збереження екосистем у сільському і лісовому господарстві; стимулювання впровадження ощадного ресурсоспоживання і перехід до низьковуглецевої економіки сільського господарства; сприяння соціальній інклюзії та скорочення бідності населення у сільських районах [18]. Передбачені в рамках розвитку сільських районів заходи включають, зокрема, підтримку несільськогосподарської економічної диверсифікації в аграрних районах (до 70 тис. євро на проєкт), створення фермерами спільних страхових фондів із компенсацією фермерам збитків від негоди і ринкової волатильності тощо.

Важливим напрямом реалізації спільної аграрної політики ЄС на період до 2020 р. є система *екологізація сільського господарства* насамперед на основі впровадження механізму так званих «зелених» платежів. Він передбачає стимулювання і державну підтримку диверсифікації сільськогосподарських культур (не менше трьох на кожне фермерське господарство); утримання постійних пасовищ для худоби; фор-

мування екологічних зон із виведенням із сільськогосподарської обробки 5%, а згодом 7% земельних ресурсів; збереження біологічного різноманіття та елементів ландшафту, а також розвиток аграрного сектору, що «ґрунтується на знаннях», додаткова підтримка (до 3 тис. євро) фермерських господарств, що отримали сертифікат якості продукції [19]. На ці цілі в сукупності планується щорічно витратити до 30% національних річних бюджетів прямих платежів фермерським господарствам. Окрім того, передбачається виділення значних обсягів фінансування спільного бюджету на реалізацію програм і проектів допомоги фермерам у вирішенні завдань, пов'язаних з якістю води, ґрунтів і зміною клімату. При цьому близько 30% загального бюджету програм розвитку сільських районів має бути спрямовано на реалізацію агроекологічних заходів, підтримку органічного землеробства, інвестиційні проекти і програми з упровадження інноваційних досліджень і розробок у сфері екологізації сільського господарства [20].

Ще одна особливість САП Євросоюзу на сучасному етапі європейської континентальної інтеграції – це її *системна інноватизація*, що реалізується нині на інституційній платформі Восьмої рамкової програми регіонального розвитку «Горизонт 2020», ухваленій Європейською Комісією на період 2014–2020 рр. Дана програма із загальним бюджетом понад 87 млрд. євро, базуючись на цілях Лісабонської стратегії Європейської Комісії та об'єднуючи Сьому рамкову програму досліджень, Програму конкурентоспроможності та інновацій (СІР) і Європейський інститут інновацій та технологій (ЄІТ), зорієнтована на об'єднання грошових ресурсів країн – членів ЄС із фінансуванням їхніх досліджень і розробок за такими пріоритетними напрямками стратегічного розвитку Європейського Союзу, як «Передова наука» (27,8 млрд. євро); «Лідерство у промисловості» (20,3 млрд.) та «Суспільні виклики» (35,9 млрд.). Саме останній напрям програми «Горизонт

2020» передбачає колосальні витрати європейського бюджету на інноваційні програми і проекти у сферах: охорони здоров'я, демографічних змін та добробуту; продовольчої безпеки, ресурсозберігаючого сільського і лісового господарства, досліджень морських, прибережних і внутрішніх вод, біоекономіки; безпечної, чистої й ефективної енергетики; інтелектуального, «зеленого» та інтегрованого транспорту; зміни клімату, довкілля, ресурсоефективності і корисних копалин; інклюзивного, інноваційного, мислячого, безпечного суспільства [21].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Характеризуючи систему продовольчої безпеки в Євросоюзі, слід особливо наголосити, що вона забезпечується насамперед каналами потужної і диверсифікованої державної підтримки сільськогосподарського виробництва. При цьому держава використовує всі сконцентровані в її руках економічні, соціальні, політичні й ідеологічні важелі: субсидії і пільгові кредити, ціноутворення, соціальну допомогу і премії, пропаганду, адміністративну систему, міжнародні організації й угоди, спрямовані на досягнення цілей сталого розвитку, що є основою майже всіх спільних політик ЄС, у т. ч. агропромислової [22]. Діюча у ЄС спільна агропромислова політика включає також розгалужений інструментарій розбудови ринкового конкурентного середовища та запровадження інноваційних форм організації бізнес-діяльності у сфері АПК. Так, конкурентна політика даного інтеграційного угруповання впродовж останніх десятиліть кваліфікується потужним драйвером не тільки економічного розвитку регіону, а й динамізації науково-технічного й інноваційного прогресу, забезпечення цілісності внутрішньо-регіонального ринку, недопущення монополізації окремих його сегментів та зловживання монополієм становити його гравців, що підтверджується часткою ЄС у світовому експорті аграрної продукції у майже 40%.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. CAP Context Indicators 2014–2020. Agriculture and Rural Development. European Commission, 2016 update. P. 101.
2. The CAP towards 2020: Possible scenarios for the reallocation of the budget for direct payment / F. Adinolfi, J. Little, A. Massot. Brussels: European Parliament. 2011. P. 2.
3. CAP Context Indicators 2014–2020. Agriculture and Rural Development. European Commission, 2016 update. P. 78.
4. Корчун В. Суперечності спільної аграрної політики ЄС. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Особливості внутрішньополітичного розвитку країн та регіонів світу. 2013. Вип. 9. С. 83–88.
5. Шерстюк С.В. Спільна аграрна політика ЄС на 2014–2020 роки: орієнтири для України. Порівняльно-аналітичне право. 2014. № 5. С. 188–190.
6. Типологія Спільної аграрної політики ЄС як передумова адаптації аграрного сектору України до євроінтеграційних процесів / С.В. Тивончук, Я.О. Тивончук, Т.П. Павлоцька. Економіка АПК. 2015. № 6. С. 77–84.
7. European Structural and Investment Funds. Data. URL: <https://cohesiondata.ec.europa.eu/overview>.
8. European Structural and Investment Funds. Data. URL: <https://cohesiondata.ec.europa.eu/overview>.
9. European Structural and Investment Funds. Data. URL: <https://cohesiondata.ec.europa.eu/overview>.

10. EU Agriculture Spending Focused on Results. Agriculture and Rural Development. European Commission, September 2015. P. 7.
11. EU Agriculture Spending Focused on Results. Agriculture and Rural Development. European Commission, September 2015. P. 3.
12. CAP Context Indicators 2014–2020. Agriculture and Rural Development. European Commission, 2016 update. P. 72.
13. EU Agriculture Spending Focused on Results. Agriculture and Rural Development. European Commission, September 2015. P. 3.
14. Попова О.Л. Нові пріоритети Спільної аграрної політики ЄС на 2014–2020 роки: стратегічні орієнтири для розвитку сільського господарства України. Економіка АПК. 2013. № 12. С. 89–96.
15. Commission Staff Working Document Accompanying the Document Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the European Agricultural Guarantee Fund 2015 Financial Year (COM (2016) 578 final). European Commission. Brussels, 14.09.2016. SWD (2016) 293 final. P. 5.
16. Попова О.Л. Нові пріоритети Спільної аграрної політики ЄС на 2014–2020 роки: стратегічні орієнтири для розвитку сільського господарства України. Економіка АПК. 2013. № 12. С. 89–96.
17. Overview of CAP Reform 2014–2020. AgriculturalPolicyPerspectivesBrief. 2013. № 5. URL: http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policybriefs/05_en.pdf.
18. Типологія Спільної аграрної політики ЄС як передумова адаптації аграрного сектору України до євроінтеграційних процесів / С.В. Тивончук, Я.О. Тивончук, Т.П. Павлоцька. Економіка АПК. 2015. № 6. С. 77–84.
19. Overview of CAP Reform 2014–2020. AgriculturalPolicyPerspectivesBrief. 2013. № 5. URL: http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policybriefs/05_en.pdf.
20. Горизонт 2020: Рамкова програма ЄС з досліджень та інновацій. Урядовий офіс з питань європейської інтеграції Секретаріат Кабінету Міністрів України. С. 14.
21. Сухомиров Г.И. Технологическая модернизация сельского хозяйства Дальнего Востока. Проблемы развития территории. 2014. Вып. 5(73). С. 123–133.

ФАКТОРИ ЛОКАЛЬНОЇ ДИНАМІКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ МІСТ

LOCAL DYNAMICS FACTORS TO PROMOTE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF SMALL CITIES

Масло Р.Є.

здобувач кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто основні тенденції, що характеризують специфіку регіонального розвитку в умовах глобалізації, узагальнено концепції міжнародної конкурентоспроможності регіону. Встановлено динаміку між концепціями міжнародної конкурентоспроможності регіону та типологією малих міст за видами використання територій. Розглянуто методики визначення детермінантів регіонального розвитку в умовах глобальної конкуренції та методики аналізу міжнародної конкурентоспроможності регіонів через взаємодію факторів регіонального розвитку.

Ключові слова: мале місто, конкурентоспроможність, міжнародна активність, фактори впливу, динаміка зростання.

В статье рассмотрены основные тенденции, характеризующие специфику регионального развития в условиях глобализации, обобщены концепции международной конкурентоспособности региона. Установлена динамика между концепциями международной конкурентоспособности региона и типологией малых городов по видам использования территорий. Рассмотрены методики определения детерминант регионального развития в условиях глобальной конкуренции и методики анализа международной конкурентоспособности регионов через взаимодействие факторов регионального развития.

Ключевые слова: малый город, конкурентоспособность, международная активность, факторы влияния, динамика роста.

The article deals with the main tendencies characterizing the specificity of regional development in the conditions of globalization; generalized concept of international competitiveness of the region. The dynamics between the concepts of the international competitiveness of the region and the typology of small cities according to the types of territories use are established. The methods of determination of determinants of regional development in the conditions of global competition and methods of analysis of international competitiveness of regions through interaction of factors of regional development are considered.

Keywords: small city, competitiveness, international activity, factors of influence, growth dynamics.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими

науковими чи практичними завданнями. Основними тенденціями, які характеризують специфіку регіонального розвитку в умовах глобалізації, є посилення урбанізації та створення центрів підвищеної економічної активності в окремих економічних районах для їх міжнародної конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Пошуком та визначенням ключових рушійних сил регіональної конкурентоспроможності в умовах глобалізації економічного розвитку займалися зарубіжні вчені А. Андерсон, Б. Гардінер, Дж. Діксон, Р. Мартін, М. Портер, П. Тайлер та вітчизняні науковці, зокрема Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поруч-

ник, Л.Л. Антонюк, В. Безугла. Вивчення праць з окресленої проблематики показало, що загалом на сучасному етапі розвитку теорії міжнародної конкуренції виокремлюються дві групи емпіричних досліджень, предметом аналізу яких виступає оцінка ролі факторів міжнародної конкурентоспроможності регіонів. Проте потребує дослідження оцінка ролі факторів міжнародної конкурентоспроможності малих міст.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є визначення факторів динаміки конкурентоспроможності територій в умовах глобальної конкуренції та методик оцінки конкурентоспроможності територій, що спрямовані на визначення кумулятивного ефекту від взаємодії впливу факторів.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових

результатів. Визначення факторів локальної динаміки розвитку малих міст виступає основою розроблення ефективної стратегії забезпечення та активізації їх міжнародної конкурентоспроможності. Найбільш значимі дослідження факторів, які визначають конкурентоспроможність країн та регіонів, були зроблені авторитетними зарубіжними економістами А. Андерсоном, К. Гамільтоном, Б. Гардінером, Дж. Діксоном, Р. Камані, Р. Мартіном, М. Портером, К. Прахаладом, В. Рамасвами, П. Тайлером, Т. Тодоровим та багатьма іншими. Пошуком та визначенням ключових рушійних сил регіональної конкурентоспроможності в умовах глобалізації економічного розвитку займалися вітчизняні науковці, зокрема: Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк, В. Безугла. Вивчення праць з окресленої проблематики показало, що загалом на сучасному етапі розвитку теорії міжнародної конкуренції виокремлюються дві групи емпіричних досліджень, предметом аналізу яких виступає оцінка ролі факторів міжнародної конкурентоспроможності регіонів:

1. дослідження, спрямовані на визначення ролі певних факторів (детермінантів) у формуванні регіональних конкурентних переваг;

2. дослідження, що аналізують регіональну конкурентоспроможність в як кумулятивний результат впливу факторів.

Першою групою дослідників протягом останніх років розроблено значну кількість індивідуальних методик, які спрямовані на визначення ролі переважних факторів (детермінантів) у формуванні регіональних конкурентних переваг та визначають базис регіональної конкурентоспроможності, цілі та засоби їх досягнення. Загалом у дослідженнях, спрямованих на визначення ролі певних факторів (детермінантів) у формуванні регіональних конкурентних переваг, відібрано сім ключових факторів: наявність географічних кластерів; демографія, процеси міграції і місце розташування; наявність підприємницького середовища та інформаційних мереж; наявність управлінського та інституційного потенціалу; структура промисловості; наявність регіональних інноваційних систем; структура власності [1, с. 2–26].

До комплексних методик визначення детермінантів регіонального розвитку в умовах глобальної конкуренції, що уможливають ідентифікацію факторів локальної динаміки для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності малих міст, слід віднести:

– методіку Всесвітнього економічного форуму в Давосі, що лежить в основі щорічного «Звіту з глобальної конкурентоспроможності» (Global Competitiveness Report);

– методіку Інституту розвитку менеджменту в Лозанні (IMD-Lausanne World Competitiveness Yearbook);

– методіки консалтингової компанії Huggins Associates (World Knowledge Competitiveness

Index, Benchmarking the Globe's High Performing Regions);

– методіку експертів Європейської Комісії (A Study on the Factors of Regional Competitiveness).

Методика оцінки конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum) будується на аналізі 249 основних показників, які включають як статистичні дані, так і результати опитування менеджерів із різних країн (до 2/3 оцінок показників). Для аналізу конкурентоспроможності національних економік ураховують стадії економічного розвитку країни – базового розвитку (фактороорієнтовану), керованої ефективності (орієнтовану на ефективність та зростання), інноваційного розвитку (інноваційноорієнтовану). Країни відносять до відповідних стадій залежно від двох критеріїв: рівня ВВП на душу населення та частки мінеральних ресурсів у сукупному експорті товарів та послуг. Тобто місце країни в координатах «традиційна економіка – інноваційна економіка» визначається за методикою ВЕФ рівнем її доходу на душу населення та структурою експорту.

Основними детермінантами конкурентоспроможності регіонів за методологією міжнародного Інституту розвитку менеджменту в Лозанні (IMD-Lausanne) є такі: макроекономічне зростання регіону, ефективність управління економікою регіону, ефективність бізнесу в регіоні та забезпеченість регіону інфраструктурою. Ці характеристики доцільно розглядати за змістом і послідовно, а саме: 1) «вхід» регіону – факторні переваги (інфраструктура); 2) трансформаційний процес – процес формування конкурентних переваг (ефективність бізнесу); 3) «вихід» регіону – створені конкурентні переваги (ефективність управління економікою); 4) контур зворотного зв'язку – управління конкурентоспроможністю регіону (економічне зростання регіону).

Фахівці IMD-Lausanne до основних факторних переваг регіонів відносять базову, технологічну та наукову інфраструктуру, стан здоров'я людей і навколишнього середовища, рівень освіти. Конкурентні переваги регіонів, на їхню думку, формуються за рахунок продуктивності й ефективності бізнесу, належного стану ринків праці та фінансів, передової практики управління, усталених відносин і цінностей.

На особливу увагу заслуговує модель «загальної конкурентоспроможності» (total competitiveness), яка також була розроблена Центром Хеггінаса (Huggins Associates) [2]. Модель передбачає виокремлення трьох видів конкурентоспроможності: знаннєвої конкурентоспроможності (knowledge competitiveness), виробничої конкурентоспроможності (productive competitiveness) і сталої конкурентоспроможності (sustainable competitiveness).

Рівень знаннєвої конкурентоспроможності визначається такими основними чинниками, як

регіональний (місцевий) науково-технологічний, інноваційний, виробничий і торговельний потенціал, наявність умов для забезпечення комунікацій і потоків ноу-хау всередині та між регіонами чи населеними пунктами. Визначальними чинниками сталої конкурентоспроможності регіону є передусім його вигідне геополітичне розташування (quality of place) і можливості забезпечення людиною належної якості життя в ньому (quality of living), якість навколишнього середовища, культура і мистецтво, соціальна інклюзія, транспортна інфраструктура, вартість життя. Виробнича конкурентоспроможність регіону визначається такими ключовими чинниками, як: по-перше, вміння, навички та їх реалізація на регіональному рівні і пов'язані з цим технології («економіка навиків» – skills economy); по-друге, інвестиції в регіон та якість наявного фізичного капіталу («економіка підприємництва» – entrepreneurship economy); по-третє, рівень розвитку регіональних мережевих економічних структур («мережева економіка» – network economy).

Говорячи про основні три групи мікроекономічних факторів, які визнаються детермінантами конкурентного успіху регіону за методикою Європейської Комісії (A Study on the Factors of Regional Competitiveness), слід сказати, що вони згруповані за трьома ознаками: інфраструктурою регіону і доступом до неї; людським капіталом; виробничим середовищем.

Зауважимо, що однією з груп чинників, які стають дедалі визначальнішими під час формування конкурентоспроможності територій, є культурні. Дослідження вказують, що «ті унікальні аспекти суспільства, що спричиняють появу незвичних потреб, умінь, цінностей і режимів роботи, стануть характерними аспектами економічної культури. Ці продуктивні аспекти культури стануть визначальними джерелами конкурентної переваги, яку буде складно імітувати. У результаті мірою того, як нація все більше вироблятиме ті товари і послуги, в яких має унікальну перевагу завдяки культурі, з'являться нові зразки міжнародної спеціалізації» [3].

Огляд теоретичних та емпіричних літературних джерел, в яких представлено результати досліджень конкурентоспроможності регіонів, дав змогу встановити, що макроекономічна стабільність є необхідною передумовою для міжнародної конкурентоспроможності малого міста, а мікроекономічна міжнародна активність малих міст, що ґрунтується на функціонуванні замкненого циклу створення доданої вартості, загалом залежить від впливу таких трьох детермінант, як:

1) інфраструктура та доступність: базова інфраструктура (авто-, авіа- та залізничні шляхи; структура власності); технологічна інфраструктура (інформаційно-комунікаційні мережі, Інтернет, телекомунікації); інфраструк-

тура знань (освітні можливості); якість місць (житлові умови, природне середовище, умови відпочинку, безпека);

2) людський капітал та культурні цінності: демографічні тренди (міграція високоосвіченого населення, культурне розмаїття); висококваліфікована робоча сила (компетенції, інноваційні знання, ноу-хау), соціально-територіальна ідентичність;

3) промислове середовище: підприємницька культура (здатність до подолання вхідних бар'єрів, готовність до ризику); галузева концентрація (співвідношення основних секторів виробництва, концентрація робочої сили по галузях; частка у ВВП секторів, що виробляють продукцію з високою доданою вартістю); інтернаціоналізація (структура зовнішньої торгівлі, обсяг та структура ПІІ, бізнес-культура); інновації (патентна активність, рівень НДДКР, розвиток дослідницьких інститутів та університетів, співробітництво між компаніями та дослідницькими організаціями); уряд та інституційна спроможність; забезпеченість виробничими ресурсами; гнучка спеціалізація.

Основними методиками другої групи дослідників, в яких використовується кумулятивний підхід до аналізу конкурентоспроможності регіонів через визначення системної взаємодії низки факторів, є [1, с. 30]:

1. Second Report on Economic and Social Cohesion (European Commission).

2. Competing with the World (Barclays Bank PLC/WDA/RDA).

3. Regional Competitiveness Indicators (UK DTI).

4. East and West Midlands Benchmark.

5. Comparative Analysis (Silicon Valley).

6. Regional Investment Climate Study (ECORYS-NEI).

Зокрема, у звіті Європейської Комісії Second Report on Economic and Social Cohesion відзначається, що регіони характеризуються диференційованою соціально-економічною структурою та, відповідно, можуть бути об'єднані в певні групи. До загальних факторів регіональної конкурентоспроможності, що спричиняють кумулятивний вплив на регіональну конкурентоспроможність, віднесено: рівень зайнятості та продуктивності праці за існуючого рівня зайнятості; співвідношення рівнів зайнятості у різних секторах промисловості; тренди демографічного розвитку (міграція, старіння населення тощо); обсяг прямого іноземного інвестування; інвестиції в інноваційну сферу економіки; рівень розвитку локальної інфраструктури; якість освіти (особливо частка населення з науковим ступенем та кількість ІТ-спеціалістів у регіоні); інновації та НДДКР (витрати на НДДКР, кількість зареєстрованих та використаних патентів). Таким чином, причини регіональної конкурентоспроможності пояснюються переважно ефектами сукупної дії факторів, а не впливом будь-якого окремого з них.

У звіті Barclays Bank під назвою *Competing with the World* до загальних факторів регіональної конкурентоспроможності, що спричиняють кумулятивний вплив на регіональну конкурентоспроможність, віднесено: значну міжнародну спрямованість місцевої економіки (як із погляду торгівлі, так і інвестицій); спеціалізацію, побудовану на свідомому створенні міжнародних конкурентних переваг місцевих компаній; наявність довгих і глибоко вкорінених культурних, урядових чи локальних факторів; фокус державного і приватного секторів на невеликому діапазоні економічного розвитку, що ґрунтується на регіональних внутрішніх силах і здатності функціонувати тривалий період часу.

У методиці *Regional Competitiveness Indicators by the UK's DTI* фактори регіональної конкурентоспроможності, що впливають кумулятивно, розділені на п'ять секцій: 1) загальна конкурентоспроможність (оцінюється як ВВП на душу населення і наявного доходу домашніх господарств на душу населення, продуктивність праці, прожитковий мінімум, експорт); 2) доступність ринку праці; 3) доступність освіти та навчання; 4) доступність капіталу; 5) доступність земель і інфраструктури.

У доповіді *East and West Midlands Benchmark* робиться висновок про те, що регіональна конкурентоспроможність залежить від кумулятивного результату впливу таких факторів: рівня знань і компетентностей та рівня професійної освіти населення, інноваційного потенціалу, рівня капітальних вкладень фірм в основний капітал і розвиток людських ресурсів; рівня зайнятості в галузях із високою доданою вартістю (особливо з орієнтацією на експорт); кількості фінансових та ділових послуг; високого рівня прямих іноземних інвестицій.

Методика *Silicon Valley Network (Silicon Valley Comparative Analysis)* бенчмаркерами (факторами – контрольними маркерами, що впливають кумулятивно) відносної конкурентоспроможності регіону визнає: рівень інноваційної активності (патенти, R & D і продуктивність); підприємницький дух; глобальний доступ (експорт технологій, підключення до Інтернету, різноманітність населення); концентрацію фінансового та інтелектуального капіталу (фінансування ринку, науково-дослідні центри, спеціалізація підприємств); вартість ведення бізнесу; якість життя.

У дослідженнях науково-дослідної групи ECORYS «Конкурентоспроможність: основне завдання економічної політики» розроблено методологію порівняльного аналізу, який вимірює якість регіонального інвестиційного клімату. Дослідниками запропонована модель «дерева» регіональної конкурентоспроможності, яка продемонструвала, що основною метою регіональної конкурентоспроможності є підвищення рівня життя населення [4]. Базою регіональної конкурентоспроможності, згідно із цією

моделлю, визначають кумулятивне поєднання людських ресурсів, інновацій, комунікацій та індустріальної структури, комплексне використання яких забезпечуватиме високу продуктивність праці і конкурентоспроможність. Кінцевою метою регіональної конкурентоспроможності є забезпечення добробуту населення, яке проживає у регіоні. Так, конкурентоспроможність регіону представлена за такою схемою: родючий ґрунт – ключовий фактор конкурентоспроможності (кумулятивний ефект від інновацій та підприємницького таланту); коренева система ілюструє здатність локальних компаній використовувати наявні переваги та перетворювати їх у власні сильні сторони; стовбур та гілки – основний зміст конкурентоспроможності (продуктивність): стовбур дерева уособлює промислову структуру регіону та рівень продуктивності праці; гілки – рівень зайнятості, прибутків, податків; плоди – рівень конкурентоспроможності регіону. Сильне дерево принесе лише такі плоди, як добробут, підвищення рівня життя населення та соціалізація економіки.

За результатами дослідження фахівцями ECORYS розроблено типологію регіонів на основі показників щільності населення й економічної життєздатності. Статистична кластеризація дала змогу дослідникам визначити шість регіональних архетипів: просторові регіони, збалансовані регіони, відступаючі регіони, життєво важливі регіони, урбанізовані регіони і занепадаючі регіони.

Обґрунтованими є також моделі регіональної конкурентоспроможності, що враховують ефект кумулятивної дії факторів. Дослідники, узагальнивши попередні дослідження, запропонували модель «піраміди» конкурентоспроможності регіонів. Відповідно до цієї моделі, основною метою конкурентоспроможності є підвищення рівня життя населення, а ключовим чинником її забезпечення є зростання продуктивності та рівня зайнятості населення [5, с. 7].

Аналізуючи теорії регіональної конкурентоспроможності вітчизняних учених, констатуємо, що більшість із них орієнтована на зростання валового регіонального продукту та рівня зайнятості. Зокрема, такий підхід ілюструє модель регіональної конкурентоспроможності, запропонована фахівцями Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [6, с. 13–14]. Основою конкурентоспроможності регіону у цій моделі визначено капітал, людські ресурси та базову інфраструктуру, а основні зусилля орієнтовані на зростання промислового виробництва.

Отже, другою групою дослідників причини регіональної конкурентоспроможності пояснюються переважно ефектами сукупної дії факторів, а не впливом будь-якого окремого з них. Оскільки у наведених методиках конкурентоспроможність регіону стосується як кількісних властивостей та процесів (міжфірмова торгівля,

кількість патентів, пропозиція робочої сили), так і якісних факторів та умов (довіра, соціальний капітал, мережі неформальних знань та навичок), уважаємо, що можливість виділити конкретні наслідки дії того чи іншого фактору дуже обмежена.

Традиційні фактори виробництва (капітал, праця та земля) розташовані у першому шарі. Вони характеризуються загальною доступністю на глобальних ринках, не створюють унікальних регіональних конкурентних переваг, виступають основою формування конкурентоспроможності такого типу регіонів, як «виробнича площадка». Другий шар об'єднує фактори, які зумовлюють інвестиційну привабливість регіону, а саме інфраструктуру та доступність, людські ресурси та виробниче середовище. Ця група факторів має вирішальне значення під час формування конкурентних переваг регіонів типу «джерела збільшення прибутків». Третя група факторів має вирішальне значення у процесі визначення конкурентного статусу регіонів – «епіцентрів акумуляції знань».

Відзначимо, що динамічність міжнародної активності малих міст уможлиблюється через петлю зворотного зв'язку. Суть її полягає у тому, що діяльність сукупності місцевих компаній впливає на наявність, якість та ціну локальних факторів, які формують детермінанти пропускну спроможності малого міста. Причому даний вплив може носити як позитивний, так і негативний характер. Своєю чергою, активність компаній залежить від просторових детермінант. Окрім того, у процесі виробничої

діяльності фірми можуть модифікувати певні відносні фактори для підвищення власної продуктивності та разом із тим сприяти зростанню ВРП, а отже, і підвищенню міжнародної активності малого міста.

У табл. 1 узагальнено фактори локальної динаміки, що дають змогу визначити тип та вибрати стратегію забезпечення міжнародної конкурентоспроможності та розвитку міжнародної конкурентної активності малого міста. Важливо підкреслити, що всі три типи концепцій міжнародної конкурентоспроможності малого міста можуть призвести до високої продуктивності, а отже, і до міжнародної активності малих міст. У все більш глобалізованому світі малі міста повинні посилити свою міжнародну активність та стати «законодавцями моди», спираючись на власну типологію, правильно вибрану концепцію міжнародної конкурентоспроможності і соціокультурну ідентичність населення.

Наприкінці зауважимо, що в сучасній науці активно розвивається напрям економічної аксіології, засновником якої вважають Р. Хартмана [7, с. 133], згідно з яким унікальна цінність, якою володіє об'єкт, за визначених умов може переходити в конкурентну перевагу. Вважаємо, що, формуючи факторні системи розвитку міжнародної активності малих міст, необхідно конкретизувати цінності, які є пріоритетними для розвитку території, а також ті, які можуть формувати конкурентні переваги (цінності, які можемо використати для досягнення мети), і лише тоді визначати механізми та засоби їх досягнення.

Таблиця 1

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ЛОКАЛЬНОЇ ДИНАМІКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ АКТИВНОСТІ МАЛИХ МІСТ

<i>Характеристика факторів локальної динаміки розвитку</i>	<i>Тип малого міста за концепцією міжнародної конкурентоспроможності регіону</i>
Низький або середній рівень ВРП; наявність відносно дешевших традиційних факторів виробництва (праці, землі, капіталу); відносно дешева робоча сила; трудомісткі сектори виробництва, які не потребують залучення висококваліфікованих працівників. Даний комплекс факторів сприяє залученню прямих іноземних інвестицій до регіону.	Малі міста як виробничі площадки експортної спеціалізації
Високі темпи економічного зростання ВРП, середня щільність населення, чітка виробнича структура, низька вартість землі під приватну забудівлю, відсутність автомобільних заторів, сприятливе середовище для придбання приватних помешкань, наявність гнучкої спеціалізації виробництва товарів та послуг.	Малі міста як джерела збільшення прибутків
Високі та стабільні показники ВРП, висока щільність населення; найвищий рівень професійних та креативних здібностей працівників, абсолютно вільний доступ до глобальних інформаційно-комунікаційних каналів, наявність потужних джерел венчурного капіталу, високий рівень розвитку бізнес-послуг, сприятливе культурне середовище.	Малі міста як епіцентри акумуляції знань

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Для вимірювання факторів розвитку міжнародної активності малих міст необхідно сформулювати систему показників, що досить повно відображає конкурентні властивості малих міст для «споживачів» території. Під час вибору показників рекомендується використовувати такі критеріальні вимоги, як: статистична спостережуваність показників, наявність діапазону оцінок по малих містах, невисока кореляція з іншими обраними показниками. Для приведення різномірних показників

в єдину безрозмірну форму доцільно переводити їх у бали на основі застосування інтервальної шкали. Для відбору рушійних факторів розвитку міжнародної активності малих міст за визначеним типом малого міста рекомендуємо проводити оцінку за трьома варіантами перетинів факторів: економічним та інноваційним розвитком (для малих міст як центрів концентрації знань); економічним і соціальним розвитком (для малих міст як виробничих площадок експортної спеціалізації); економічним і людським розвитком (для малих міст як джерел збільшення прибутків).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. A Study on the Factors of Regional Competitiveness. A draft final report for The European Commission Directorate-General Regional Policy. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf.
2. Regional Competitiveness: Theories and Methodologies for Empirical Analysis. Robert Huggins, Hiro Izushi, Piers Thompson. The Business and Economics Research Journal. 2013. Volume 6. Issue 2. P. 155–172. URL: <https://centrum.pucp.edu.pe/pdf/revistas/JCC-vol6-issue2-86.pdf>.
3. Портер М. Международная конкуренция. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
4. Competitiveness: the major economic policy challenge. Annual Report 2003 / ECORYS Holding BV. Rotterdam: ECORYS Holding BV, Netherlands, 2003. 20 p.
5. Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions / B. Gardiner, R. Martin, P. Tyler. Regional Studies. 2004. Vol.38. Issue 9. P. 1045–1067.
6. Конкурентоспроможність територій: практ. посіб. / А. Ткачук, В. Толкованов, С. Марковський та ін. К.: Легальний статус, 2011. 252 с.
7. Knowledge of Good: Critique of Axiological Reason / Robert S. Hartman, Arthur Ellis, Rem B. Edwards. Amsterdam/New York, 2002. 470 p.
8. Харічков С.К., Дігіч А.В. Фактори міжнародної конкурентоспроможності регіону в умовах інноваційного розвитку. Економіка: реалії часу. 2013. № 1(6). С. 142–146. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>.

УДК[336.711.025.13-043.86](477)

ЕВОЛЮЦІЯ БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ В УКРАЇНІ UKRANIAN BANKING SUPERVISION EVOLUSHION

Павлюк О.О.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри міжнародних фінансів,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Міжнародний та вітчизняний досвід свідчить, що основні чинники фінансової дестабілізації в період економічних криз зосереджені в банківському секторі. Аналіз банківської системи України та основних регуляторних аспектів указує на наявність проблем, які свідчать про кризові явища в банківській системі України, зокрема в системі банківського регулювання та нагляду. Для подолання цих явищ необхідне запровадження комплексної стратегії поступового переходу до відновлення банківського бізнесу в Україні з подальшими кроками щодо втілення рекомендацій Базельського комітету.

Ключові слова: міжнародна банківська справа, банківське регулювання, банківський нагляд, регулятивне банківське середовище, Базельський комітет банківського регулювання та нагляду, директиви ЄС.

Международный и отечественный опыт свидетельствует, что основные факторы финансовой дестабилизации в период экономических кризисов сосредоточены в банковском секторе. Анализ банковской системы Украины и основных регуляторных аспектов указывает на наличие проблем, которые свидетельствуют о кризисных явлениях в банковской системе Украины, в частности в системе банковского регулирования и надзора. Для преодоления этих явлений необходимо введение комплексной стратегии постепенного перехода к восстановлению банковского бизнеса в Украине с дальнейшими шагами по воплощению рекомендаций Базельского комитета.

Ключевые слова: международное банковское дело, банковское регулирование, банковский надзор, регулятивная банковская среда, Базельский комитет банковского регулирования и надзора, директивы ЕС.

The international and domestic experience shows that the main factors of financial destabilization during the financial crises are in the banking sector. The analysis of the Ukrainian banking system and the main regulatory aspects shows that there are problems which indicate the crisis in the banking system of Ukraine, in particular in the banking regulation and supervision system. To overcome these phenomena, it is necessary to introduce a comprehensive strategy for the gradual transition to the restoration of banking business in Ukraine with further steps to implement the recommendations of the Basel Committee.

Key words: International Banking, banking Regulation, banking Supervision, banking Regulatory environment, the Basel Committee on Banking Regulations and Supervisory Practices, EU Directives

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Світові фінансові кризи показали, що вразливість фінансової системи пов'язана з основною функцією банків – депозитно-кредитними операціями, які можуть вплинути на так звані процеси bank runs, що призводять до системної кризи та соціальних потрясінь у цілому. Тому необхідно не тільки намагатися знижувати ризики діяльності банків, а й запроваджувати системи ефективного нагляду за виконанням вимог та нормативів щодо запобігання цих ризиків. Одним із напрямів роботи є дослідження процесів регулювання та нагляду банків в Україні та перспектив імплементації рекомендацій Базельського комітету з банківського нагляду та директив ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми

і на які спирається автор. Одночасно з Базельською угодою і відповідно до його рекомендацій в Європейському Союзі була розроблена нова Директива щодо достатності капіталу, так звана Capital Adequacy Directive [1]. На відміну від Базеля-II, орієнтованого, головним чином, на великі міжнародні банки, ця Директива застосовується до всіх кредитних установ та інвестиційних компаній ЄС. Діяльність Банківського союзу ґрунтується переважно на двох основних ініціативах: єдиному механізмі контролю (Single Supervisory Mechanism) та єдиному механізмі вирішення (Single Resolution Mechanism), які, своєю чергою, засновані на підставі загальної фінансової нормативної бази.

Ключовим моментом банківського регулювання в Україні є наявність відповідних законів та регулюючих постанов НБУ, які координують

звітність, дотримання нормативів та управління ризиками. Згідно зі ст. 1 Закону України «Про Національний банк», банківське регулювання є однією з функцій НБУ, яка полягає у створенні системи норм, що регулюють діяльність банків та визначають загальні принципи банківської діяльності, порядок здійснення банківського нагляду і відповідальність за порушення банківського законодавства. Під банківським наглядом Закон розуміє систему «контролю та активних упорядкованих дій Національного банку України, спрямованих на забезпечення дотримання банками та іншими особами, стосовно яких Національний банк України здійснює наглядову діяльність, законодавства України і встановлених нормативів для забезпечення стабільності банківської системи та захисту інтересів вкладників та кредиторів банку» [2]. Схоже визначення цілей банківського нагляду дає ст. 67 Закону України «Про банки і банківську діяльність» [3]. В абзаці 6 також вказується, що НБУ «застосовує заходи впливу за порушення вимог законодавства щодо банківської діяльності».

Відповідно до вимог законів України «Про Національний банк» та «Про банки і банківську діяльність», затверджено «Інструкцію про порядок регулювання діяльності банків в Україні» [4]. Інструкція розроблена відповідно до загальноприйнятих у міжнародній практиці принципів і стандартів. Ця Інструкція вводиться для забезпечення стабільної діяльності банків та своєчасного виконання ними зобов'язань перед вкладниками, а також для запобігання неправильному розподілу ресурсів і втраті капіталу через ризики, що притаманні банківській діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Нагляд та регулювання у банківській системі України є слабким порівняно з міжнародними стандартами, тому необхідне детальне дослідження перспектив утілення сучасних методик Базельського комітету та міжнародних банків у сучасний банківський нагляд та регулювання в Україні.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Головною метою цієї роботи є дослідження процесу становлення банківського нагляду та регулювання в Україні та визначення відповідності цього процесу рекомендаціям Базельського комітету з банківського нагляду та директивам ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Становлення банківського регулювання та нагляду в Україні пов'язане з економічними реформами. Підготовчий етап був пов'язаний зі спробою державного (директивного) реформування банківської системи колишнього СРСР за здійснення курсу на перебудову економіки, проголошеного урядом Радянського Союзу. На цьому етапі розвитку банківської системи українські комерційні банки реєструвалися

у Москві як комерційні банки, створені на основі установ державного банку СРСР, що продовжували діяти зі статусом державних банків, галузеві та відомчі комерційні банки чи банки міністерств, філії великих російських комерційних банків та державні й коопераційні комерційні установи, що мали право здійснювати банківську діяльність.

Перший етап становлення банківського нагляду в Україні розпочався з проголошення незалежності, створення Національного банку та прийняттям низки законів, які почали регламентувати банківську діяльність. Першим таким законом став Закон «Про банки і банківську діяльність», який був ухвалений Верховною Радою України 20 березня 1991 р. Цим документом було проголошено створення самостійної дворівневої банківської системи України ринкового типу, перший рівень якої становить НБУ, другий – інші банки. Банківське регулювання в Україні здійснюється Національним банком, адже саме цей державний орган наділений спеціальною компетенцією у сфері управління банківською системою. Законодавство визначає форми банківського регулювання. Відповідно до ст. 66 Закону України «Про банки і банківську діяльність», державне регулювання діяльності банків здійснюється Національним банком у таких формах, як адміністративне регулювання та індикативне регулювання.

У сукупності форми банківського регулювання спрямовані на створення єдиних державних стандартів банківської діяльності в Україні, що дає змогу забезпечувати рівні умови під час здійснення діяльності банків та інших фінансово-кредитних установ і стабільність банківської системи країни. У разі порушення банками або іншими особами, які можуть бути об'єктом перевірки Національного банку України, відповідно до цього Закону, банківського законодавства, законодавства у сфері запобігання та протидії легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення, нормативно-правових актів Національного банку України, його вимог, установлених відповідно до ст. 66 цього Закону, або здійснення ризикової діяльності, яка загрожує інтересам вкладників чи інших кредиторів банку, застосування іноземними державами або міждержавними об'єднаннями або міжнародними організаціями санкцій до банків чи власників істотної участі у банках, що становлять загрозу інтересам вкладників чи інших кредиторів банку та/або стабільності банківської системи.

На підставі Закону України «Про банки і банківську діяльність» відбулася перереєстрація комерційних банків в Український книзі реєстрації банків. В більшості комерційних банків відбулися істотні зміни складу їх засновників. Так, наприклад, державні комерційні банки («Промінвестбанк», АКБ «Україна», «Укрсоцбанк») були акціоновані їх пер-

соналом і окремими клієнтами. У цей період також створюються нові банки, які залучають приватний капітал, капітал спільних підприємств, акціонерних товариств. Цей період у розвитку України як незалежної держави характеризується подоланням значних економічних труднощів на шляху до становлення ринкової економіки в умовах несприятливої економіко-політичної ситуації. У цей час в умовах жорсткої інфляції, скорочення обсягів виробництва, прийняття непопулярних макро-економічних рішень було створено значну кількість дрібних комерційних банків, метою яких було обслуговування попиту на короткотермінові кредити для торгівлі та отримання прибутків від гри на інфляційних процесах в економіці. Так, протягом 1993 р. в Україні було створено до сотні дрібних комерційних банків такого типу. У 1993–1994 р. було започатковано проведення радикальних економічних реформ із застосуванням монетарних заходів управління економікою. Для проведення таких реформ у банківській системі було встановлення НБУ в 1994–1996 рр. єдиних правил діяльності банків. Такими правилами стало прийняття у 1996 р. «Положення про комісію з питань нагляду та регулювання діяльності банків», яке було прийнято вслід за такими положеннями, як «Про порядок створення і реєстрації комерційних банків» та «Про порядок ліцензування банків України». Відповідно до положення про нагляд та регулювання та у зв'язку з затвердженням Правлінням Національного банку України положень «Про порядок створення і реєстрації комерційних банків» та «Про порядок ліцензування банків України», були передані функції і повноваження комісії з питань ліцензування банків на право здійснення операцій із валютними цінностями до комісії з питань нагляду та регулювання діяльності банків. Комерційні банки різних видів і форм власності створюються у вигляді акціонерних товариств або товариств з обмеженою відповідальністю відповідно до законів України «Про банки і банківську діяльність», «Про господарські товариства», «Про цінні папери і фондову біржу», «Про підприємництво», «Про обмеження монополізму та недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» та інших законодавчих актів України й нормативних актів Національного банку України (преамбула зі змінами, внесені згідно з Постановою Нацбанку № 10 від 20.01.97). Указом Президента України від 5 жовтня 1995 р. № 913/95 було затверджено Положення про Міжвідомчу консультативну раду з питань діяльності банків. Основним завданням Міжвідомчої ради є підготовка рекомендацій Президентові України з питань грошово-кредитної, фінансової та податкової політики, банківської справи та банківського нагляду.

Завдяки таким діям удалося призупинити інфляцію, неприйнятно швидке зростання цін та падіння виробництва. Фактом фінансової стабільності стало в 1996 р. також проведення грошової реформи в Україні та зростання зацікавленості до української економіки з боку зарубіжних фінансо-

вих організацій. У період 1994–1996 рр. в Україні було зареєстровано 14 представництв іноземних банків та банків за участю іноземного капіталу. За цей час іноземні інвестиції в економіку України зросли в чотири рази – з 366,9 млн. дол. США до 1 млрд. 223 млн. Якщо проаналізувати досвід проведення економічних реформ протягом 1993–1996 р., то можна зробити висновки, що ці реформи не були достатньо ефективними, оскільки монетарні заходи не були підкріплені розвитком виробництва, змінами в податковій системі та в досконалому фінансовому законодавстві, що призвело до боргів у бюджетній сфері та спаду виробництва. Наслідками таких реформ у фінансовій системі були низькі темпи розвитку ринку цінних паперів, низький рівень приватизації, що вплинуло на гальмування економічних реформ в Україні. Реформування банківського сектору окреслило також низку проблем, які були пов'язані з банківським менеджментом, зокрема з банківськими ризиками, які належно не досліджувалися (зокрема, кредитний ризик), що спричинило банківську кризу, яка призвела до банкрутства 12 комерційних банків у 1994 р., 20 – у 1995 р. і понад 100 – у 1996 р.

Другий етап становлення банківського нагляду розпочався у 1997 р., який був пов'язаний із необхідністю досягнення фінансової стабільності. Для досягнення такої мети було розроблено та затверджено в 1998 р. «Інструкцію про порядок регулювання та аналіз діяльності комерційних банків». Цим положенням регламентувалося до 1 травня 1998 р. запровадити відповідні зміни до програмного комплексу автоматизованого розрахункового економічних нормативів і довести програмний комплекс до відома регіональних управлінь Національного банку України та комерційних банків, у тому числі застосування штрафних санкцій за порушення обов'язкових нормативів та заходів впливу за порушення оціночних показників, порядок проведення економічного аналізу діяльності банків (у тому числі аналіз капіталу банку, якості активів, надходжень, ліквідності, менеджменту). У 1998 р. Президентом України був підписаний Указ «Про заходи щодо захисту прав фізичних осіб – вкладників комерційних банків», яким було затверджене Положення про порядок створення Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, формування та використання його коштів. Також Указом було встановлено, що в разі недоступності вкладу в комерційному банку фізичній особі гарантується відшкодування за вкладом, включаючи відсотки, у розмірі вкладу, але не більше 500 грн.

20 травня 1999 р. Верховна Рада України ухвалила Закон «Про Національний банк України». Відповідно до Закону, Національний банк України здійснює регулювання та банківський нагляд відповідно до положень Конституції України, Закону України «Про банки і банківську діяльність», Закону України «Про Національний банк», інших законодавчих актів України та нормативно-право-

вих актів Національного банку України. У Законі було виділено окремий розділ «Банківське регулювання і банківський нагляд», що започаткувало новий етап у банківському нагляді, оскільки у ст. 55 визначено мету та сферу діяльності банківського нагляду: головна мета банківського регулювання і нагляду – безпека та фінансова стабільність банківської системи, захист інтересів вкладників і кредиторів. Законом визначено, що Національний банк здійснює функції банківського регулювання і нагляду на індивідуальній та консолідованій основі за діяльністю банків та банківських груп у межах та порядку, передбачених законодавством України. Також у 1999 р. було створено Департамент пруденційного нагляду, відбулися структурні зміни в підрозділах банківського нагляду.

Третім етапом стало вдосконалення системи банківського нагляду (2000–2008 рр.). Наприкінці 2000 р. Верховна Рада України ухвалила нову редакцію Закону «Про банки і банківську діяльність», який сприяв подальшому розвитку нормативної бази, що регулює діяльність банківської системи країни, і зокрема банківського нагляду. Розпочата реструктуризація банківського нагляду в Україні в 2000 р. стала наступним кроком до утвердження банківського нагляду як самостійної структури, що володіє достатніми ресурсами для здійснення своїх функцій. У результаті реструктуризації безвізний і виїзний нагляд значно наблизилися один до одного, були вдосконалені принципи збору та оцінки фінансових звітів і статистичної інформації, посилена спроможність органів нагляду оцінювати наглядову інформацію за допомогою виїзних перевірок та зовнішніх аудиторів. Для виконання цих функцій був створений Генеральний департамент банківського нагляду, до якого входили Департамент реєстрації та ліцензування банків, Департамент інспектування та моніторингу банків, Департамент реорганізації та ліквідації банків.

Дуже відповідальним для банківської системи України був 2001 р., оскільки було започатковано нові стандарти нормативного забезпечення діяльності банків відповідно до вимог нового Закону «Про банки і банківську діяльність». Згідно зі ст. 19 Закону та Законом «Про Національний банк України», визначено основні складники процесу ліцензування. Серед основних нормативних документів, прийнятих Національним банком, були: Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні; Положення про порядок створення і державної реєстрації банків, відкриття їх філій, представництв, відділень; Положення про порядок видачі банкам банківських ліцензій, письмових дозволів та ліцензій на виконання окремих операцій; Положення про планування та порядок проведення інспекційних перевірок; Положення про застосування Національним банком України заходів впливу за порушення банківського законодавства тощо. Важливим питанням банківського регулювання, яке постало у цих документах,

було необхідність утримання ринкових ризиків банків на мінімальному рівні. Це питання стало підніматися в Україні в 2006 р. У міжнародній практиці це питання підпадає під державне регулювання. В Україні воно регламентовано Інструкцією «Про порядок регулювання діяльності банків в Україні», Постановою «Про порядок визначення рейтингових оцінок із рейтинговою системою CAMELS». У 2003 р. Національним банком України прийнято нову концепцію здійснення нагляду за діяльністю комерційних банків «Нагляд на основі ризиків». Суть концепції – створення у кожній банківській установі власних систем управління ризиками. Найсуттєвішою новизною підходу нагляду на основі оцінки ризиків є не оцінка ризиків як таких, що настали, а зміна напряму здійснення оцінки ризиків, тобто оцінка системи управління ризиками в банках.

Протягом 2003–2004 рр. НБУ в рамках діяльності щодо впровадження нагляду на основі оцінки ризиків і надання методологічної допомоги банкам у побудові ефективних систем управління ризиками проводив активну роботу, спрямовану на підвищення рівня корпоративного управління та управління ризиками в банках. Результатом цього процесу стала поява двох основних документів: Методичних указівок з інспектування банків «Система оцінки ризиків» (далі – СОР) та Методичних рекомендацій щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України (далі – Методичні рекомендації), розроблених робочою групою, до складу якої увійшли представники НБУ, банків і спеціалісти Проєкту вдосконалення банківського сектору і пройшли етап обговорення з банками України.

Важким для України з погляду економіки став 2006 р. У цей період залишаються високими девальваційні та інфляційні очікування, існує низка цілком реалістичних загроз для економіки України: подальше підвищення цін на газ; погіршення умов торгівлі в 2006–2007 рр. унаслідок подальшого зростання світових цін на нафту і газ та можливого зниження світових цін на продукцію металургійної та хімічної промисловості; відсутність єдиного бачення у різних політичних сил стратегії (програми) економічних реформ; погіршення інвестиційних та інфляційних очікувань у разі відсутності такої програми. Тому формування стійкого та прогнозованого курсу могло б покращити ці прогнози та вплинути на цінову стабільність. При цьому валютний курс міг виступити стабілізатором цін в очікуваннях населення та бізнес-середовища. Але валютні ризики балансу всієї банківської системи цього року посилилися, і досить серйозно. Волатильність гривневих ставок була значно вищою, ніж волатильність ставок у будь-якій іншій іноземній валюті. Відповідно, під час розрахунку кредитів на 15–20 років, що їх банки почали активно видавати населенню на купівлю чи будівництво житла, версія кредиту в доларі чи євро є значно простішою для прогнозування чи організації роботи, ніж у гривні.

З огляду на значний обсяг чистих іноземних активів НБУ, Національний банк матиме значні втрати прибутку в разі ревальвації гривні. Для подолання цих негативних явищ у фінансовій системі НБУ застосовує методи регулювання валютного курсу. Зокрема, традиційним методом оцінки валютного ризику в банку є розрахунок та аналіз даних про розміри відкритих валютних позицій на окремі види іноземних валют і банківських металів. Таким чином, НБУ започаткував лімітування та моніторинг як засоби обмеження валютних ризиків банків. Управління відкритою валютною позицією у банку здійснюється шляхом установлення зовнішніх та внутрішніх обмежень на відкриті (довгу/коротку) валютну позицію, як загальну, так і в розрізі іноземних валют, і забезпечення контролю над їх дотриманням у цілому по банку та по філіях.

Зовнішні обмеження встановлюються Національним банком України шляхом уведення для банків – юридичних осіб відповідних економічних нормативів та лімітів, дотримання яких є обов'язковим для банку згідно з Інструкцією про порядок регулювання діяльності банків в Україні [4].

Контроль дотримання нормативних значень відкритої валютної позиції у цілому по банку здійснюється Генеральним департаментом активно-пасивних операцій шляхом аналізу оперативних даних про відкриті валютні позиції у розрізі валют та щоденного розрахунку значень нормативів ризику відкритої валютної позиції за формою № 612 «Звіт про дотримання економічних нормативів». Кількість ризику й якість управління ризиком мають оцінюватися незалежно одна від одної. Тобто коли присвоюються окремі оцінки за системою оцінки ризиків, на оцінку кількості ризику не повинна впливати якість управління ризиком, якою б високою чи низькою вона не була. Крім того, сильна капітальна база або високі фінансові показники діяльності не повинні розглядатися як пом'якшуючі фактори для неадекватної системи управління ризиками. Нагляд не повинен робити висновок, що високий рівень ризику – це погано, а низький рівень ризику – це добре. Кількість ризику відображає рівень ризику, який банк приймає на себе в ході ведення діяльності, і чи добре це, чи погано, залежить від того, чи здатні його системи управління ризиками виявляти, вимірювати проводити моніторинг і контролювати цю кількість ризику. Першочерговим завданням банку в процесі управління відкритою валютною позицією є утримання такого її розміру, який дасть змогу в повному обсязі проводити валютообмінні операції за дорученням клієнтів банку, задовольняти власну потребу банку в іноземній валюті та отримувати додатковий дохід від її переоцінки. Відповідно до Положення про порядок встановлення НБУ лімітів відкритої валютної позиції, контроль над дотриманням нормативних значень відкритої валютної позиції у цілому по банку здійснюється

Генеральним департаментом активно-пасивних операцій шляхом аналізу оперативних даних про відкриті валютні позиції в розрізі валют та щоденного розрахунку значень нормативів ризику відкритої валютної позиції за формою № 611 «Звіт про дотримання економічних нормативів» [5]. Перегляд лімітів здійснюється за рішенням Правління банку залежно від ситуації на валютному ринку. У разі виникнення потреби в перегляді ліміту відкритої валютної позиції філії юанку надають Генеральному департаменту активно-пасивних операцій письмове звернення з обґрунтуванням необхідності зміни обсягу ліміту, а для короткої відкритої валютної позиції ще й терміну дії ліміту. Відповідно до рішення Правління банку, здійснюється диверсифікація валютного ризику шляхом внутрішнього системного перерозподілу валютних коштів з урахуванням потреб філій у даній валюті. Проведення філіями та структурними підрозділами банку операцій з іноземною валютою, які мають вплив на розмір відкритої валютної позиції банку та що обліковуються за балансом у сумі, еквівалентній понад 500 тис. дол. США, в обов'язковому порядку узгоджується з Генеральним департаментом активно-пасивних операцій банку. Генеральним департаментом активно-пасивних операцій здійснюється аналіз джерел формування відкритої валютної позиції у цілому по банку та по філіях за допомогою використання програми «Джерела формування відкритої валютної позиції банку» [6].

Важливість адекватних систем ризик-менеджменту відображена у Постанові Правління Національного банку України від 02.08.2004 № 361, якою схвалено «Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України» [7].

«Рекомендації до системи управління окремими видами ризиків» стосуються складників системи управління кожним із перелічених ризиків (кредитного, ліквідності, зміни процентної ставки, ринкового, валютного, операційно-технологічного, репутації, юридичного, стратегічного), а також додаткових заходів, які сприятимуть ефективнішому управлінню ними. Розділ розрахований на використання у практичній роботі з управління окремими видами ризиків. Цей документ має виключно рекомендаційно-роз'яснювальний характер і його застосування банками є суто добровільним.

Процес упровадження системи контролю й управління фінансовими ризиками залежить від особливостей діяльності і цілей конкретного банку, тому він розробляється з урахуванням специфіки кожного банку індивідуально і може займати різний часовий інтервал, наприклад від трьох місяців до двох років. Це залежить від ступеня готовності банку і поставлених завдань. Окрім того, він може охоплювати різні напрями діяльності й залежно від цього – різні підрозділи банку.

Наступний етап еволюції банківського нагляду був пов'язаний з економічною та фінансовою кризою. Так, за даними НБУ, якщо станом на початок 2004 р. валовий зовнішній борг України становив \$ 23 811 млн., то на початок жовтня 2008 р. – \$105 429 млн. Окрім того, починаючи з 2006 р. Україна мала від'ємне сальдо зовнішнього торговельного балансу: у 2006 р. – \$3 068 млн., у 2007 – \$8 152 млн., за перші дев'ять місяців 2008 р. – \$10 071 млн. Для стабілізації фінансового ринку та допомоги комерційним банкам Національний банк України залучив \$16,5 млрд. кредиту від МВФ. У листопаді цього року було залучено кредит у розмірі 3 млрд. грн. для покриття бюджетного дефіциту. Також урядом прийнято низку антикризових нормативних актів, зокрема у сфері будівництва та банківській сфері. У жовтні 2008 р. НБУ «з метою нейтралізації впливу зовнішньої фінансової кризи» Постановою № 319 частково обмежив активні операції банків, заборонив дострокове виконання договорів по внесках і ввів п'ятипроцентний коридор коливань курсу на готівковому ринку [8]. Передбачалося, що ці обмеження діятимуть до стабілізації банківської системи України. Повідомлялося, що Постановою № 413 від 5 грудня 2008 р. Нацбанк скасував дію своєї антикризової Постанови № 319. Постановою № 319, зокрема, вводилася заборона на дострокове розірвання договорів про депозити. Однак згодом банк відзначив, що вказаний пункт Постанови № 319 залишається в силі. У першій половині червня 2009 р. урядом було націоналізовано три проблемні банки: «Укргазбанк», «Родовід Банк» та «Київ». Загалом було витрачено 9,57 млрд. грн. на облігації внутрішньої державної позики, якими уряд мав сплатити за банки, а потім за ці державні облігації банки отримають «живі» кошти в НБУ. В «Укргазбанку» уряд отримає 84,21% акцій за 3,2 млрд. грн., у «Родовід Банку» – 99,97% за 2,809 млрд. і в банку «Київ» – 99,93% за 3,563 млрд. грн. Кризові явища, які відбувалися в економіці протягом 2007–2011 рр., змусили НБУ переосмислити банківський нагляд та регулювання та визначити, що «події останньої світової економічної та фінансової кризи довели, що цінова стабільність є необхідною, але недостатньою умовою досягнення стратегічних цілей економічного розвитку». Головним уроком криз 2008–2009 рр. було те, що банківський менеджмент, зокрема регулятор, недооцінював важливість ризиків зміни курсу валюти. Зростання валютного курсу долара до гривні з 5 грн. до 8 грн. вплинуло на здороження кредитів в іноземній валюті та на збільшення навантаження на бізнес. Це призвело в кінцевому підсумку до від'ємного операційного результату в багатьох банках на початок 2014 р., а це означає, що банки здійснювали платежі за кошти населення. З огляду

на це та відповідно до законодавства України, грошово-кредитна політика також повинна спрямовуватися на сприяння стабільності банківської системи (як ключової умови забезпечення фінансової стабільності в державі). Так, якщо в 2011 р. приріст обсягів кредитування банками реального сектору становив 14,9%, то за сім місяців 2012 р. – 1,6%. Така нестабільність пов'язана насамперед із наявністю значних зовнішніх ризиків та невизначеністю щодо подальшого розвитку ситуації на ринках. З урахуванням визначених законодавством повноважень діяльність Національного банку в банківському нагляді повинна насамперед концентруватиметься довкола сприяння стабільності банківської системи, тому у співпраці з іншими фінансовими регуляторами було задекларовано розпочати роботу з побудови системи моніторингу та оцінки стабільності фінансового сектору. Передбачалося активна участь Національного банку й у вирішенні питань щодо розвитку фондового ринку, зокрема у реформуванні та забезпеченні ефективного функціонування національної депозитарної системи.

Для досягнення цих цілей було прийнято Постанову Правління Національного банку України від 25 січня 2012 року № 23 «Про затвердження Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями», зареєстровану в Міністерстві юстиції України 15 лютого 2012 р. за № 231/20544; станом на 01.01.2013 здійснити розрахунок резервів згідно з вимогами Положення про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків, затвердженого постановою Правління Національного банку України від 06.07.2000 № 279, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 03.08.2000 за № 474/4695 (зі змінами); Положення про порядок формування і використання банками резерву для відшкодування можливих утрат від дебіторської заборгованості, затвердженого Постановою Правління Національного банку України від 13.12.2002 № 505, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 02.01.2003 за № 1/7322 (зі змінами); Положення про порядок формування резерву під операції банків України із цінними паперами, затвердженого Постановою Правління Національного банку України від 02.02.2007 № 31, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 05.03.2007 за № 189/13456 (зі змінами), і в строк та за формою, установлені Національним банком України, проінформувати Генеральний департамент банківського нагляду Національного банку України та Постанову Правління Національного банку України від 11 березня 2013 р. № 82 «Про затвердження Порядку резервування коштів за сформованими резервами за кредитними операціями в іно-

земній валюті з позичальниками, у яких немає документально підтверджених очікуваних надходжень валютної виручки», зареєстровану в Міністерстві юстиції України 29 березня 2013 р. за № 519/23051. Банк визначає суму коштів для резервування на окремому рахунку в Національному банку виходячи з обсягу резерву для відшкодування можливих утрат за кредитними операціями в іноземній валюті, сформованого згідно з вимогами Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями, згідно з Постановою Правління Національного банку України від 08 жовтня 2013 р. № 399 «Про внесення змін до Порядку резервування коштів за сформованими резервами за кредитними операціями в іноземній валюті з позичальниками, у яких немає документально підтверджених очікуваних надходжень валютної виручки».

Впродовж останніх років банківська система України зазнала докорінних змін. Це частково зумовлювалося несприятливою економічною кон'юнктурою на тлі військового конфлікту та втрати значної частини економічного та інфраструктурного потенціалу, більш ніж трикратним падінням курсу гривні й, як наслідок, значними втратами платоспроможності бізнесу та населення.

Під тиском макроекономічних та політичних шоків у сукупності з військовим конфліктом наявні проблеми у банківській системі вилилися у системну банківську кризу 2014–2016 рр.

В бюлетені МВФ від 19 січня 2016 р. «Перспективи розвитку світової економіки» сказано, що в наявній глобальній ситуації, яка характеризується значною невизначеністю, завданнями країн, які розвиваються, є продовження структурних реформ для стимулювання розвитку, сприяючого інноваціям ділового середовища [9]. Ці завдання, на нашу думку, координуються з основними напрямками реформування фінансового сектору України, які окреслено в Комплексній програмі розвитку фінансового сектору України до 2020 р. [10]. Згідно із цією програмою, головною метою розвитку фінансового сектору України до 2020 р. є створення фінансової системи, що здатна забезпечувати сталий економічний розвиток за рахунок ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці на основі розбудови повноцінного ринкового конкурентоспроможного середовища згідно зі стандартами ЄС. У програмі визначено ознаки системних проблем у фінансовому секторі України. Серед них: незбалансована база активів і пасивів банків, співвідношення кредитів до депозитів сягнуло пікового значення 226,7% у 209 р. та становило 158,8% на кінець I кварталу 2015 р., з I кварталу 2014 р. до II кварталу 2015 р. 47 банків, із них один системно важливий банк, було оголошено неплатоспроможними, недостатні розміри власного та регулятивного капіталу банків унаслідок погіршення

якості кредитів й інших активів і доформування резервів за активними операціями з початку 2014 р. Одним зі шляхів створення передумов для довгострокового сталого розвитку фінансового сектору є наближення стандартів регулювання платоспроможності та ліквідності банків до рекомендацій Базельського комітету шляхом упровадження рекомендацій Базель III. Зокрема, згідно до Комплексного плану заходів на виконання Програми, планується удосконалення систем регулювання та нагляду за фінансовим сектором, продовження переходу від нагляду на основі правил (compliance based supervision) до нагляду та оверсайта на основі оцінки ризику (risk based supervision) та принципів постійного упереджувального моніторингу (з 1.04.2015 до 31.12.2016), а також упровадження нових вимог до капіталу банків відповідно до принципів Базель III та вимог ЄС (з 1.01.2015 до 31.12.2019).

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Банківська система України потребує від національного регулятора забезпечення прозорості в проведенні бізнесу на основі видання інструкцій, рекомендацій, які б регулювали ризик-менеджмент та запобігали банкрутству банків.

На нашу думку, існують реальні проблеми реалізації цих планів, оскільки, як показує досвід зарубіжних країн, проекти втілення Базельських стандартів для банків дуже складні та витратні. Ускладнення процесу регулювання впливає на ускладнення проведення банківського бізнесу, особливо в умовах девальвації гривні та тотального банкрутства банків. Тому існує великий сумнів, що в умовах кризи фінансової та банківської системи знайдуться ресурси для запровадження нових стандартів Базельського нагляду. Крім того, за останні роки не велося ніякої підготовчої роботи до запровадження стандартів Базельського комітету, зокрема Базель II та Базель III, які є проміжними для втілення Базель III. Існує стара система нормативів, яка дає змогу мінімізувати витрати на ризик-менеджмент для керівництва банків, оскільки управління ризиками є формальним процесом виконання нормативів. Банківська система України потребує від національного регулятора забезпечення прозорості в проведенні бізнесу шляхом видання інструкцій, рекомендацій, які б регулювали ризик-менеджмент та запобігали банкрутству банків. Аналіз еволюції світових систем банківського нагляду показує, що особливості історичного й економічного розвитку країни впливають на побудову системи банківського нагляду. Досвід країн Центральної, Східної Європи та США у застосуванні стандартів банківського нагляду демонструє, що, згідно з міжнародними принципами, ефективна система банківського нагляду повинна мати цілі, операційну незалежність, прозорість, надійність, ресурсну базу. Це питання є дуже актуальним для банківської системи України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Council Regulation (EU) № 1024/2013 of 15 October 2013 conferring specific tasks on the European Central Bank concerning policies relating to the prudential supervision of credit institutions, OJ L 287. URL: <http://www.ecb.europa.eu/press/key/date/>
2. Закон України «Про Національний банк України» від 20 травня 1999 р. № 679 – XIV. Відомості Верховної Ради України. 1999. № 29. Ст. 238.
3. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
4. Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні: Постанова НБУ № 368. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>.
5. Щодо форм статистичної звітності про дотримання банками лімітів відкритої валютної позиції: Лист НБУ. 2009. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v2203500-09>.
6. Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України та встановлення лімітів відкритої валютної позиції банку: Постанова НБУ № 290. 2005. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0946-05>.
7. Про схвалення Методичних рекомендацій щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України: Постанова НБУ № 361. 2004. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v0361500-04>.
8. Про додаткові заходи щодо діяльності банків: Постанова НБУ № 319. 2008. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0319500-08>.
9. Перспективи розвитку світової економіки / Бюллетень МВФ від 19 січня 2016 р. URL: <http://www.imf.org/external/index.htm>.
10. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року: Постанова Правління НБУ від 18.06.2015 № 391. URL: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog>.

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ

GLOBAL TRENDS OF MORTGAGE LOAN

Різва Л.А.

аспірант кафедри міжнародного обліку та аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто особливості іпотечного кредитування, системи організації іпотечного кредитування, що найбільш поширені у світовій практиці, їх переваги та недоліки, інструментальні типи, що реалізуються в світовій практиці іпотечного кредитування. Ринок нерухомості, концентруючи значний обсяг грошових коштів, діє як потужний антиінфляційний фактор через акумуляцію ліквідних грошових активів.

Ключові слова: ринок нерухомості, іпотечне кредитування, грошові кошти, інвестиції, економічна криза.

В статье рассмотрены особенности ипотечного кредитования, системы организации ипотечного кредитования, наиболее распространенные в мировой практике, их преимущества и недостатки, инструментальные типы, реализуемые в мировой практике ипотечного кредитования. Рынок недвижимости, концентрируя значительный объем денежных средств, действует как мощный антиинфляционный фактор через аккумуляцию ликвидных денежных активов.

Ключевые слова: рынок недвижимости, ипотечное кредитование, денежные средства, инвестиции, экономический кризис.

The article deals with the features of mortgage lending, the systems of organization of mortgage lending, which are the most widespread in world practice, their advantages and disadvantages. Instrumental types implemented in the world practice of mortgage lending. The real estate market, which concentrates a considerable amount of cash, acts as a powerful anti-inflationary factor through the accumulation of liquid cash assets.

Keywords: global real estate market, metropolitan areas, global investments, urban trends, global economic development.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Механізм іпотечного кредитування створив структурні передумови для відтворення та нагромадження у глобальному ринку нерухомості глибоких дисбалансів, оскільки існує тісний і системний взаємозв'язок інвестиційних, фінансових, торговельних, виробничих, інноваційних і технологічних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Ринок нерухомості досліджувався зарубіжними та вітчизняними вченими: Д. Акерлофом, Р. Шиллером, Н. Оруєм, В. Вороніною, В. Шалаєвою та ін. Вчені дійшли висновку, що навіть найменші коливання цін на фінансові активи не тільки порушують стійкість світового ринку нерухомості, а й модифікують механізм виникнення економічних криз.

Позитивним економічним ефектом іпотечного кредитування було виділено створення робочих місць і підвищення рівня зайнятості в різних видах економічної діяльності.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – розглянути дворівневу та однорівневу системи організації

іпотечного кредитування та проаналізувати, як реалізуються два інструментальних типи секьюритизації – реальний і синтетичний.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням.

отриманих наукових результатів. Ключові параметри ринку нерухомості та масштаби інвестиційних капіталовкладень в її об'єкти завжди мають похідний відносно макроекономічних індикаторів держав характер, справляючи у такий спосіб мультиплікативний вплив на загальний стан і динаміку розвитку їх національних економік та виступаючи його потужним драйвером. Водночас глобальний формат функціонування національних ринків нерухомості не тільки дедалі більшою мірою «втягує» у міжнародний обіг її об'єкти (що втілюють у собі нерухомі активи), а й спричиняє їх тісне переплетення з іншими сегментами світового ринку з причин їх відкриття для транснаціональних інвесторів, а отже, оперативної трансмісії міжнародного досвіду, стандартів, виробничих й управлінських технологій у сфері національних девелоперських операцій.

Так, в останнє десятиліття усталеного характеру набули тенденції, з одного боку, регулярних

коливань цінних котирувань на основні групи сировинних товарів – паливної і непаливної сировини, металів й енергетичних товарів, сільськогосподарської сировини, а з іншого – диверсифікація суб'єктної структури сировинних ринків за рахунок «роздування» їх посередницького сегменту.

Оцінюючи характер взаємозв'язку між ринком нерухомості та структурною динамікою світових сировинних ринків, не можна обійти увагою й довгостроковий тренд щодо наростаючої грошової емісії американського долара, яка та тлі неухильного зниження процентних ставок спричинила не тільки активізацію процесів сек'юритизації активів і нарощування капіталізації ринків похідних цінних паперів, а й значно прискорила зростання вартості фінансових активів. Саме глобальний іпотечний ринок найшвидше відреагував на наростання валютної ліквідності в обігу, вже з кінця 1990-х років активно включившись у процеси її релокації на свою користь та у відносно короткі терміни перетворившись на вагомий секторальний центр нагромадження глобального капіталу.

У цьому зв'язку повною мірою можна погодитися з вітчизняними вченими, які стверджують, що сировинний сегмент глобального ринку в останнє десятиліття перетворився на своєрідну сполучну ланку між реальним і перекапіталізованим фінансовим сектором світового господарства[1], коли навіть найменші коливання цін на фінансові активи не тільки порушують стійкість світового ринку нерухомості, а й модифікують механізм виникнення економічних криз. Йдеться про те, що якщо на доглобалізаційному етапі світогосподарського розвитку зародження економічних криз зазвичай співпадало у часі з підвищувальною динамікою світових цін на сировинні товари, то нині проблема набуває більш комплексного характеру. Її витoki криються у тісному і системному взаємозв'язку інвестиційних, фінансових, торговельних, виробничих, інноваційних і технологічних асиметрій, які в останні десятиліття у безпрецедентних масштабах нагромадилися у світовому господарстві і порушують його рівноважний баланс.

Характеризуючи взаємозв'язок ринку нерухомості і глобальних асиметрій, Р. Шиллер наголошує, що в силу наявності ланцюгової реакції у суспільстві навіть відсутність будь-яких змін в економічних детермінантах функціонування ринку нерухомості (собівартість будівництва житла, динаміка приросту населення чи процентних ставок) не здатна призупинити процес зростання цін на житло. Дана теза підтверджується автором на основі узагальнення низки даних цін на житло за століття, яке показало, що ціни на будинки впродовж останнього століття підвищувалися випереджальною динамікою порівняно зі зростанням орендної плати за житло та особистих доходів громадян.

Більше того, у періоди зростання «фінансових бульбашок» та стійкого зростання цін на

житло в суспільстві зміцнюється впевненість у безкінечності даного тренду, а зростання реальної ціни нерухомості в період після 2002 р. стало грубою помилкою ринку.

Саме механізм іпотечного кредитування, створивши структурні передумови для відтворення та нагромадження у глобальному ринку нерухомості глибоких дисбалансів, тим не менше відіграє чи не найголовнішу роль у його розвитку і диверсифікації. За своєю природою він опосередковує рух позичкового капіталу, що надається на довгостроковій основі під заставу об'єктів нерухомості, і втілює у собі ринково орієнтовану систему державної підтримки забезпечення населення житлом. Так, за оцінками авторитетних міжнародних експертів, очікуваний темп приросту капіталізації глобального іпотечного ринку на період 2016–2020 рр. становитиме майже 4% щорічно [2].

Як важливий банківський продукт і фінансовий інструмент придбання населенням об'єктів нерухомості іпотечне кредитування в останні десятиліття стало не тільки одним із ключових джерел мобілізації фінансового капіталу для вирішення житлової проблеми та задоволення споживчих і виробничих потреб економічних агентів в об'єктах нерухомості, а й важливим механізмом регулювання грошової маси в обігу, створення сприятливого інвестиційного клімату та стабілізації банківської системи, пов'язаної з функціонуванням вторинного ринку забезпечених майновими заставами позик. Це формує самопідтримувальний механізм переливу банківського капіталу в більш рентабельні сфери економічної діяльності та нівелювання міжрегіональних розривів у кредитних ставках, що лежить в основі формування єдиної вартості капіталу в межах національних економік.

Не слід скидати з рахунків і такого позитивного економічного ефекту іпотечного кредитування, як створення робочих місць і підвищення рівня зайнятості у різних видах економічної діяльності – від виробництва будівельних матеріалів і конструкцій до будівельного і дорожнього машинобудування, текстильної і легкої промисловості, деревообробки і виробництва меблів. Тож у своєму загальному форматі результативність житлового фінансування у тій чи іншій країні завжди детермінується ефективністю функціонування і взаємопов'язаністю трьох сфер економіки: національної фінансової системи, ринку житлової нерухомості та будівництва житла як товару високого соціального значення.

Хоча найбільшого поширення на глобальному ринку нерухомості отримала житлова іпотека, посівши центральне місце у процесах сек'юритизації кредитів, однак її розуміння не повинно обмежуватися звуженим форматом лише купівлі житлової нерухомості, оскільки головним критерієм віднесення того чи іншого кредиту до класу іпотечного є об'єкт його забезпечення, яким має бути виключно нерухоме

майно. Саме завдяки впровадженню у господарську практику інструментарію іпотечного кредитування широкі верстви населення різних країн світу отримали безперешкодний доступ до диверсифікованого спектру об'єктів нерухомості, котрі були активно залучені у ринковий обіг через закладні механізми вторинного ринку цінних паперів. Про це свідчать дані, які показують, що у таких країнах, як Нідерланди і Швеція, у структурі приватної власності на житло 60% припадає на власність на основі іпотечного кредитування; у Данії цей показник становить 50%, Люксембурзі, Бельгії Фінляндії і Португалії – по 40%, Великобританії та Ірландії – по 35%, Іспанії та Франції – по 30% [3].

Концентруючи значний вартісний обсяг грошових коштів, ринок нерухомості діє як потужний антиінфляційний фактор через акумуляцію ліквідних грошових активів у сфері фінансування розвитку місцевого будівельного комплексу, підтримки робочих місць, а також стримування купівлі імпортних споживчих товарів і фінансування зарубіжних товаровиробників.

Так, найбільшого поширення у світовій практиці залучення банками коштів для довгострокових іпотечних кредитів отримали дворівнева (американська) та однорівнева (континентально-європейська, або німецька) системи організації іпотечного кредитування. Що стосується американської системи, то вона базується на фондовій моделі фінансового ринку, яка отримала найбільшого поширення у США й Канаді. Інституційним ядром цієї системи є система іпотечних банків та вторинний ринок іпотечних застав, на якому через продаж боргових і позичкових зобов'язань приватним інвесторам забезпечується мобілізація необхідного для іпотечного кредитування фінансового ресурсу на основі доступу первинних кредиторів до ринків капіталу.

Була сформована багаторівнева структура іпотечного ринку США, завдяки якій забезпечується як оперативне рефінансування банківських іпотечних кредитів, так і «переупакування» об'єднаних у пули кредитів в іпотечні цінні папери, підтримка житлового будівництва і виробництва, надійні довгострокові вкладення коштів інституційних інвесторів (пенсійних фондів, страхових компаній, пайових інвестиційних фондів тощо), а також ефективна диверсифікація механізмів застосування заставних. Останні є головним фінансовим інструментом інституціоналізації малого (на первинному ринку роздрібних іпотечних кредитів) і великого (на вторинному ринку іпотечних цінних паперів) кругообігу іпотечного капіталу, що впорядковує й оптимізує взаємовідносини між кредиторами і позичальниками за взаємними платежами з мінімізацією можливих кредитних ризиків і ризиків процентної ставки.

З урахуванням звільнення від оподаткування прибутків за цінними паперами агентств (як, власне, й Казначейства США), мінімізації про-

центів за іпотечними кредитами (з наданням банківськими установами під заставу житла іпотечних кредитів позичальникам на основі перерахунку своїх грошових коштів в обмін на зобов'язання упродовж визначеного строку щомісячно повертати банку фіксовану суму) та механізму продажу банками кредитів агентствам із передачею й вимог щодо кредитної застави процентні ставки за іпотечними кредитами у Сполучених Штатах Америки жодним чином не зв'язані ні зі ставками за банківськими кредитами, ні зі ставками за банківськими депозитами. Інакше кажучи, ставки за іпотечними кредитами прив'язуються тільки до ставок, за якими агентства згодні купувати іпотечні кредити, а розмір цих ставок розраховується на основі узгоджених з інвесторами ставок доходності за цінними паперами. Слід особливо відзначити, що ставки за цими цінними паперами зазвичай установлюються на рівні, значно нижчому, ніж ставки за борговими зобов'язаннями організації із найвищим статусом надійності AAA, і тільки на 100–150 базисних пункти вищі від ставок за державними цінними паперами.

Слід зазначити, що головними конкурентними перевагами американської моделі іпотечного кредитування є як її висока гнучкість та адаптованість до потреб позичальників, так і повна транспарентність діючих механізмів фінансування, коли продаж заставної нерухомості може відбуватися навіть до закінчення терміну сплати кредиту на її купівлю. Крім того, система іпотечної сек'юритизації, притаманна американській системі, забезпечує значне зниження трансакційних витрат кредиторів і, як результат, широку доступність іпотечного кредитування і безперейнятність ринкового пропонування іпотечних кредитів на споживчому ринку. Підтвердженням цього є, зокрема, найвищий рівень забезпеченості житлом у США, де на кожного жителя припадає у середньому 67 м² загальної площі, тоді як у Данії – 52,4 м², Німеччині – 41,9 м², Франції – 37,5 м², Італії – 36,5 м², Польщі – 22,9 м², Угорщині – 28,0 м², Чехії – 28,7 м² [4].

Однак переваги американської моделі іпотечного кредитування породжують водночас й цілу низку її «вузьких місць», пов'язаних насамперед зі зростанням у кризові періоди національного бізнес-циклу США вартості токсичних іпотечних активів низької якості, а отже, поглибленням кризи іпотечного ринку та стрімким виходом інвесторів із вторинного іпотечного ринку. Так, висока лояльність до позичальників стала причиною масових неплатежів із боку останніх за своїми кредитними зобов'язаннями, а гнучкість моделі – до значної диверсифікації суб'єктної структури американського іпотечного ринку. Йдеться про динамічний вихід на ринок великої кількості приватних кредитних агенцій, діяльність яких значно загострила конкуренцію між кредиторами і, як результат, призвела до падіння прибутковості іпотечного бізнесу та цін

на іпотечні облігації з подальшим зниженням їхньої привабливості як об'єкта капіталовкладень для потенційних покупців.

Натомість інституційним ядром континентально-європейської (або німецької) моделі іпотечного кредитування є депозитно-ощадна система, що базується на цільових ощадних вкладах населення у будівельні (житлові) ощадні каси. Крім вкладень громадян, джерелами іпотечного кредитування є плата за користування позиками та державна премія, що виплачується вкладникам, згідно з контрактом про житлові заощадження, за умови внесення ними на свій рахунок упродовж року визначеної суми. При цьому кредитом на купівлю житла можуть скористатися лише вкладники ощадних кас, а процентні ставки за депозитами і кредитами у таких касах є незмінними впродовж усього терміну дії контракту з вкладниками і зазвичай є на 4–5% нижчими, порівняно зі ставками на аналогічні ринкові операції.

Сам же процес кредитування вкладників під купівлю житла розпочинається тільки після досягнення вартісного обсягу нагромаджених ними грошових ресурсів на рівні 50% необхідної для купівлі суми. Тож вкладник отримує повну вартість накопичених своїх ресурсів і ще стільки ж кредитних коштів, на які купує житловий об'єкт, оформляє його у заставу і починає виплачувати кредит. Через невисокі кредитні ставки щомісячний платіж позичальника за кредитом становить приблизно суму його щомісячних накопичувальних внесків, що робить іпотечний кредит доволі доступним для бажаних купити житло.

Характеризуючи континентально-європейську модель іпотечного кредитування, слід особливо відзначити доволі широку варіативність національних норм функціонування іпотечного ринку, коли кожна європейська держава поряд з універсальними для даної моделі рисами має свої унікальні особливості як щодо масштабів іпотечного кредитування (відносно валового внутрішнього продукту), так і рівня охоплення кредитуванням населення. Однак спільним для всіх європейських держав є механізм формування джерел фінансового ресурсу для іпотечних кредитів, яким є депозити (62% вартісного обсягу виданих іпотечних кредитів) та емісія іпотечних облігаційних інструментів [5].

Хоча європейська система іпотечного кредитування є менш гнучкою порівняно з американською, однак головними її конкурентними перевагами є, з одного боку, повна транспарентність, а з іншого – більша надійність і стійкість до будь-яких змін зовнішнього фінансового середовища. Так, будівельно-ощадні каси, як правило, не маючи права здійснювати жодних активних операцій, окрім іпотечного кредитування своїх членів, спираються у своїй діяльності виключно на власний фінансовий ресурс. Це означає їх оперування лише власним фінансовим ресурсом, сформованим із коштів самих учасників іпотеки, а отже,

відсутність розбалансовуючого впливу на функціонування національних фінансових ринків.

Незважаючи на наявні міжкраїнові диференціації в умовах іпотечного кредитування, в останні сорок років національні системи іпотечного житлового кредитування у розвинутих країнах світу зазнали уніфікованих змін, пов'язаних як із докорінною трансформацією їх суб'єктної структури, так і зі зміною підходів до формування вартості кредитного капіталу, а також порядку і термінів погашення кредитів. Так, до 1980-х років іпотечні ринки характеризувалися доволі низькою ефективністю функціонування у силу суворого їх регулювання з боку держави, значної обмеженості конкуренції на їх окремих сегментах, панування спеціалізованих кредиторів (депозитних інституцій, кредитно-ощадних установ у США, будівельних товариств у Великобританії), а також чіткого регламентування максимального рівня процентних ставок, кількісних обмежень на іпотечні кредити і термінів їх погашення.

Динамічний приріст іпотечного кредитування, як житлового, так і нежитлового, спричиняє підвищену потребу кредитних організацій у «довгих» пасивах, тобто довгострокових кредитних ресурсах, що формують сукупну інвестиційну пропозицію банківських установ та фінансове середовище реалізації механізмів іпотечного кредитування. Вирішення цього стратегічно важливого завдання лежить у площині рефінансування (сек'юритизації) іпотечних кредитів, інструментом якого є іпотечні цінні папери. Слід особливо відзначити, що цей вид цінних паперів є важливим фінансовим інструментом у міжнародній практиці як на розвинутих ринках, так і ринках, що розвиваються. Іпотечні цінні папери забезпечують, з одного боку, ефективне рефінансування банківських іпотечних кредитів, підтримку житлового будівництва і виробництва, а з іншого – є інструментом надійних довгострокових вкладень коштів пенсійних фондів, страхових компаній, пайових інвестиційних фондів та інших інституційних інвесторів.

У сучасній світовій практиці іпотечного кредитування реалізуються два інструментальних типи їх сек'юритизації: реальний (традиційний) і синтетичний. Тоді як реальна сек'юритизація активів зорієнтована на списання диверсифікованих портфелів іпотечних кредитів із балансів бізнес-структур із подальшим їх трансфером спеціально створеним юридичним особам (Special Purpose Vehicle – SPV) для рефінансування на основі емісії цінних паперів, механізм синтетичної сек'юритизації не передбачає списання активів із балансів економічних агентів, а базується на використанні кредитних деривативів. Як бачимо, за реальної сек'юритизації, що отримала найбільшого поширення у Сполучених Штатах Америки, забезпечується оперативне трансформування низьколіквідних фінансових активів у високоліквідні цінні папери, котрі,

поступаючи в обіг на міжнародний фінансовий ринок, дають змогу залучати дешеві ресурси для рефінансування.

Натомість поширена у державах континентальної Європи синтетична сек'юритизація має за мету управління кредитними ризиками на основі їх структурованої передачі третім фінансовим посередникам (страховим компаніям, банківським установам, пенсійним фондам тощо). Структурована сек'юритизація іпотечних кредитів у європейських країнах реалізується, головним чином, на основі емісії цінних паперів, забезпечених борговими зобов'язаннями (Collateralized debt obligation – CDO). Вони являють собою похідні фінансові інструменти (кредитні деривативи), що дають змогу сек'юритизувати портфелі різного роду боргових активів способом облігаційної емісії на основі згенерованих активами грошових потоків.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Механізм іпотечного кредитування за своєю природою опосередковує рух позичкового капіталу, що надається на довгостроковій основі під заставу об'єктів нерухомості, і втілює у собі ринково орієнтовану систему державної підтримки забезпечення населення житлом. Як важливий банківський продукт і фінансовий інструмент

придбання населенням об'єктів нерухомості іпотечне кредитування в останні десятиліття стало важливим механізмом регулювання грошової маси в обігу, створення сприятливого інвестиційного клімату та стабілізації банківської системи, пов'язаної з функціонуванням вторинного ринку забезпечених майновими заставами позик. Це формує самопідтримувальний механізм переливу банківського капіталу в більш рентабельні сфери економічної діяльності та нівелювання міжрегіональних розривів у кредитних ставках, що лежить в основі формування єдиної вартості капіталу в межах національних економік.

Найбільшого поширення у світовій практиці залучення банками коштів для довгострокових іпотечних кредитів отримали дворівнева (американська) та однорівнева (континентально-європейська, або німецька) системи організації іпотечного кредитування. Незважаючи на наявні міжкраїнові диференціації в умовах іпотечного кредитування, в останні сорок років національні системи іпотечного житлового кредитування у розвинутих країнах світу зазнали уніфікованих змін, пов'язаних як із докорінною трансформацією їх суб'єктної структури, так і зі зміною підходів до формування вартості кредитного капіталу, а також порядку і термінів погашення кредитів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегії конкурентного розвитку у глобальній економіці: монографія / А.М. Поручник, Я.М. Столярчук, А.М. Колот та ін.; за заг. ред. А.М. Поручника та Я.М. Столярчук. К.: КНЕУ, 2016. С. 13.
2. Global Housing Mortgage Market 2016-2020. URL: <https://www.slideshare.net/technavio/global-housing-mortgage-market-20162020>.
3. EMF Hypostat 2017: A Review of Europe`s Mortgage and Housing Markets. European Mortgage Federation, September 2017. P. 16.
4. Кречотень І.М. Європейський досвід ринку іпотечного кредитування. Економіка і регіон. 2015. № 6(55). С. 83.
5. Рубцов Б.Б. Современные фондовые инструменты финансирования ипотечных кредитов. Рынок ценных бумаг. 2001. № 6. С. 73–80.

МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

INTERNATIONAL MIGRATION OF WORKING FORCE IN GLOBALIZATION CONDITIONS

Танасієнко Н.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Хмельницький національний університет

Лабунець В.О.

магістр,
Хмельницький національний університет

У статті висвітлено сутність міжнародної міграції робочої сили, набуття особливостей міграції в умовах глобалізації. Розглянуто економічні та неекономічні чинники впливу на міжнародну міграцію робочої сили. Досліджено аспект української міжнародної міграції. Запропоновано заходи щодо вдосконалення міграційної політики в Україні.

Ключові слова: міжнародна міграція робочої сили, еміграція, імміграція, мігранти, регулювання міграції робочої сили, глобалізація світової економіки.

В статье раскрыта сущность международной миграции рабочей силы, рассмотрены особенности миграции в условиях глобализации. Рассмотрены экономические и неэкономические факторы влияния на международную миграцию рабочей силы. Исследован аспект украинской международной миграции. Предложены меры по совершенствованию миграционной политики в Украине.

Ключевые слова: международная миграция рабочей силы, эмиграция, иммиграция, мигранты, регулирование миграции рабочей силы, глобализация мировой экономики.

The article covers the essence of the international migration of the labor force, the acquisition of the peculiarities of migration in the conditions of globalization. The economic and non-economic factors influencing the international migration of the labor force are considered. International labor migration and participation in it of Ukraine are researched. Some suggestions on improving migration policy in Ukraine are presented.

Key words: international migration of labor force, emigration, immigration, migrants, regulation of labor migration, globalization of the world economy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах розширення світогосподарських зв'язків міжнародна міграція відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку країн. Із часом усе більша частина держав приєднується до міграційних процесів та збільшуються масштаби міжнародної міграції. Для визначення сутності процесів міграції та їх регулювання потрібно визначити основні її рушійні сили та причини. Важливість дослідження міграційних процесів зумовлена стрімким зростанням їх обсягів, нарощуванням інтенсивності, поширення на всі країни світу, вагомих впливом на її економічний та соціальний розвиток. Особливе місце міграції робочої сили в сучасних умовах визначається насамперед її динамізмом, швидким реагуванням на зміни у суспільстві та економіці.

Дослідження глобальних економічних процесів має велике практичне значення, оскільки дає змогу визначити вектор стратегічного розвитку кожної держави в умовах глобальності зовнішньоекономічних зв'язків між країнами. У цій проблематиці розкрито сутність міжнародної міграції робочої сили, проаналізовано її основні причини та наслідки. Однак швидкоплинний процес розвитку й змін економічних відносин країн світу обґрунтовано привертає все більшу увагу до дослідження цієї проблеми, особливо її стану за сучасних умов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Істотний внесок у вирішення цієї проблеми належить таким вітчизняним ученим: І.Б. Березовському, О.М. Джузі, В.О. Іващенко, В.В. Коваленку, О.В. Кузьменко, В.І. Кривенку, В.М. Куц, О.А. Малиновській,

А.П. Мозоль, А.М. Черняк та ін. Проблематику міжнародної міграції досліджували й зарубіжні економісти: В.В. Лунєєв, Дж.М. Кейнс, Ж.Б. Кольбер, К.Р. Макконнелл, Дж.Л. Саймон та ін. нині існує низка статей, монографічних досліджень, концепцій, присвячених міграції робочої сили, проте й досі недостатньо вивчена проблема трудової міграції як чинника макро-економічної динаміки.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – визначити особливості міграції в умовах глобалізації, фактори, що впливають на формування міграційної політики; дослідити аспекти української міжнародної міграції; запропонувати заходи щодо вдосконалення міграційної політики в Україні; проаналізувати економічні наслідки міжнародної міграції робочої сили.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням

отриманих наукових результатів. Міжнародна міграція робочої сили є складником світової системи господарювання, вона є результатом еволюції робочої сили, системи міжнародного поділу праці та інтеграції.

Природне та необхідне явище спільного існування різних народів, міжнародних відносин, етнічних і соціальних груп населення та країн називається міграцією робочої сили. Переміщення значних мас людей відбувалося і відбувається завжди, чи то вільно, чи примусово. Причини переміщення поділяються на економічні та неекономічні. Економічні причини пов'язані з різним рівнем соціально-економічного розвитку та призводять до міграції робочої сили до країн із високим рівнем життя з менш розвинутих країн. Також економічна міграція залежить від функціонування ТНК, спільних підприємств, зростання масштабів міграції капіталу та наявності структурного безробіття.

До неекономічних факторів належать: політичні, військові, релігійні, національні, культурні, сімейні та інші соціальні чинники [10].

Розглядаючи низку наукових публікацій, присвячених тематичі трудової міграції, можна стверджувати, що економічні чинники є головною причиною міграції робочої сили, які діють у взаємозв'язку та взаємозалежності з іншими факторами.

До основних причин міжнародної міграції робочої сили можемо також віднести глобалізацію, рух прямих іноземних інвестицій, розвиток транспорту і засобів зв'язку, офіційну політику регулювання міграції.

Важливим складником розвитку міграційних процесів є діяльність транснаціональних і мультинаціональних корпорацій, які активно залучають співпрацівників із менш розвинутих країн.

Міжнародні міграційні процеси завжди стосувалися українців та тих народів, що мешкали на території сучасної України: антів, скіфів, сарматів, монгольських орд, присутніх на укра-

їнських землях поляків, австро-угорців, росіян. Перша світова війна спричинила масову евакуацію українців на схід СРСР, зокрема до Сибіру, республік Середньої Азії. Надалі – втеча українців від Голодомору 30-х років ХХ ст., примусове переміщення оstarбайтерів під час Другої світової війни, виїзд українців за часів СРСР на освоєння цілини, до об'єктів комсомольського будівництва та нафтогазових розробок Сибіру, етнічна еміграція євреїв до Ізраїлю, переїзд значної частини науково-творчої інтелігенції до Москви у 60–80-ті роки ХХ ст. Нарешті, масовий виїзд фахівців та робітників у пошуках кращої долі вже у пострадянські часи, передусім до країн Західної Європи, США та Ізраїлю. Враховуючи, що від'їздили на той час ще молоді люди репродуктивного віку, це спричинило старіння населення України [4].

У часи незалежної України міграція робочої сили була спричинена кризовими явищами в економічному, політичному та соціальному житті. Внаслідок відсутності механізмів взаємодії держави та ринку розвиток економіки України відбувається безсистемно та хаотично, що створює ще більше перешкод для становлення та зміцнення вітчизняної економіки. Постійний відтік кваліфікованих фахівців, науковців до країн близького зарубіжжя та західних держав спричиняє поглиблення економічної кризи в Україні та гальмує прогресивний розвиток країни.

Становлення відкритого українського суспільства в незалежній Україні безупинно втягує країну в міжнародні міграційні процеси. Оцінити обсяги міграції українців за кордон досить проблематично, що зумовлено відсутністю однозначної інформації щодо її кількості та регіональних особливостей. Дані вітчизняної офіційної статистики навіть приблизно не відображають дійсних масштабів міграції громадян України. За різними експертними оцінками, кількість міграційних поїздок українських громадян за кордон коливається у межах від 4 до 7 млн. осіб (рис. 1).

Згідно з рис. 1, більшість українців працює в Італії. Населення України емігрувало з батьківщини через нестабільну ситуацію на внутрішньому ринку праці, велику різницю в умовах життя та рівнях заробітної плати в країнах Заходу та в Україні, через недостатній рівень економічної та правової безпеки громадян, незахищеність прав власності, економічної нестабільності та невизначеності шляхів виходу з неї.

Україна вважається однією з найбільших країн – донорів робочої сили в Європі. Українські громадяни працюють й у західноєвропейських країнах, й у країнах – членах ЄС, на територіях СНД, навіть за океаном.

Основними причинами виїзду серед економічно активного населення України є тривала політична криза, невдоволення економічним становищем, незабезпечення умов для реалізації

лізації можливостей своїх громадян, значно вищий рівень зарплати в країнах імміграції, події на сході України.

Зіштовхуючись із перешкодами у пошуку необхідних умов працевлаштування на батьківщині, молоді, активні, амбіційні люди шукають їх за межами держави. Разом із відтоком робочої сили та креативних розумів відбувається також вплив потенційних платників податків у державну казну.

В останні десятиліття ХХ ст. міжнародна міграція робочої сили стала однією зі складових частин процесу глобалізації світової економіки. З одного боку, глобальні зміни нині супроводжуються інтенсифікацією міжнародних міграційних процесів, з іншого – визнано, що люди мають меншу мобільність, аніж гроші, товари або ідеї. Люди завжди належать будь-якій країні, залежні від паспортів, віз, дозволів на проживання й кон'юнктури ринку праці. Сьогодні можна говорити про глобальні зміни світового міграційного порядку [10].

Регулювання міграції робочої сили – дуже складний процес. Його вдосконалення і розвиток відбуваються протягом тривалого терміну часу. Складнощі міграційних процесів спонукають до постійного прогнозування цього ринку. Нині регулювання міжнародної міграції робочої сили здійснюється на різних рівнях за допомогою різних методів і різними формами, міжнародними організаціями, міжурядовими угодами. Це дає змогу досягти мети, яку ставлять країни – експортери та імпортери робочої сили. У цьому процесі задіяні уряди держав та спеціфічні міжнародні організації.

В умовах світової фінансово-економічної кризи уряди розвинених країн переглядають

свою міграційну політику та намагаються скоротити притік низькокваліфікованих іноземних працівників, зокрема з країн Азії та Африки. Питанням масової міграції занепокоєні практично всі лідери європейських держав. Наприклад, за словами президента Франції Еммануеля Макрона, головними викликами для французької дипломатії є боротьба з терористами ІДІЛ та прийом мігрантів. Він зазначив, що міграційний виклик є викликом для всієї Європи [6].

Канцлер Німеччини Ангела Меркель заявила, що для вирішення міграційної кризи країнам Європейського Союзу необхідно виробити спільний план дій [5].

Однак прем'єр-міністр Чехії Андрей Бабіш розкритикував квотний принцип розподілу мігрантів, запроваджений Євросоюзом із 2015 р. [9].

За словами британського прем'єр-міністра Девіда Кемерона, його країна зазнає впливу від кризи біженців навіть у разі рішення вийти з об'єднання ЄС: «У нас непорушне право відмовитися від участі у таких речах. На приєднання Великобританії до спільних процесів у Європі щодо біженців не варто й сподіватися. У нас буде власний підхід до біженців, свої методи, у тому числі захисту кордонів» [2].

А голова хорватського уряду Тихомир Орешкович після навали мігрантів між Грецією і Македонією взагалі вирішив у разі необхідності захищати державні кордони силами армії й поліції [8].

Нагадаємо, раніше президент Європейської Ради Дональд Туск попередив біженців, які мають економічні мотиви міграції, не приїжджати до Європи.

Президент США Дональд Трамп у березні 2017 р. підписав нову версію імміграційного

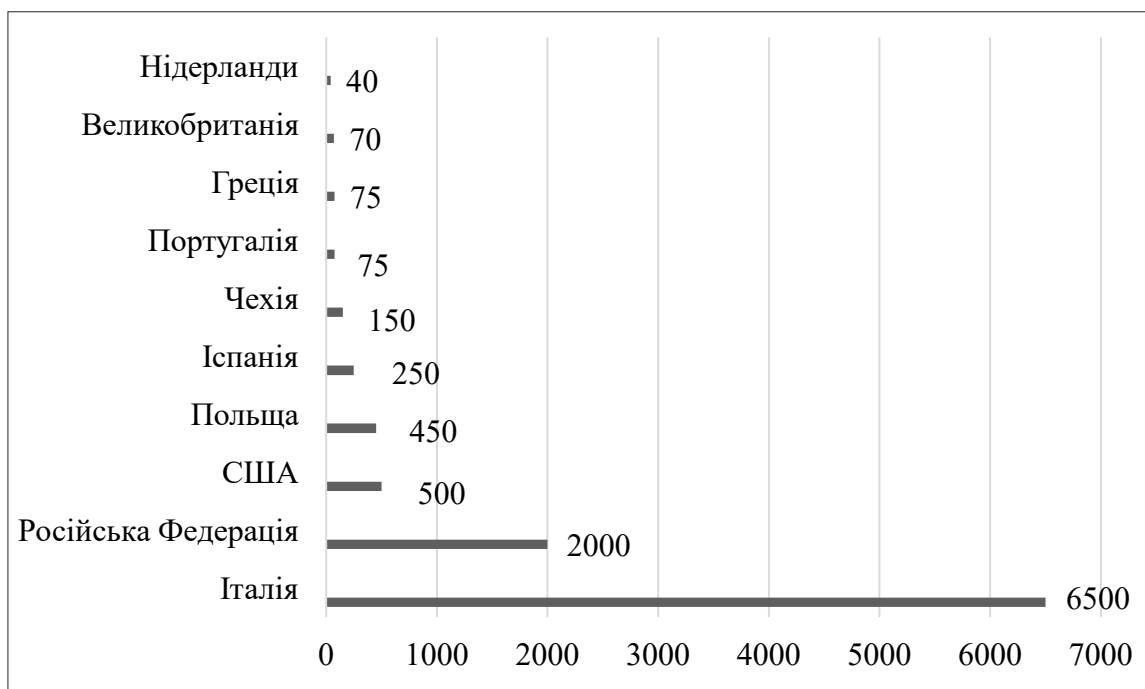


Рис. 1. Чисельність українських мігрантів за країнами перебування у 2016 р., тис. осіб [1]

указу. Відповідно до нього, в'їзд у США забороняється громадянам шести мусульманських країн: Ірану, Лівії, Сирії, Сомалі, Судану, Ємену [7].

Країнам із перехідною економікою потрібно швидко реагувати на виклики глобальної міграції через:

- явну кризу управління міграції з боку національних держав, що підтримують поширення нелегальної міграції;
- розбіжності національних інтересів держави з концепцією прав людини;
- зростаючу поляризацію світу на бідні та багаті країни.

Сьогодні Німеччина є лідером з прийому мігрантів (рис. 2).

Згідно з діаграмою, більша частина мігрантів (приблизно 75%) проживає у п'яти європейських країнах: Німеччині, Іспанії, Великобританії, Італії та Франції. Мотиви мешкання іноземців саме у цих країнах криються у тому, що це найкрупніші країни Європи.

Міграційні процеси останніх років характеризуються не тільки зростанням масштабів, а й формуванням нових явищ, яких не було в недалекому минулому. Так, донедавна можна було чітко відмежувати країни, які приймають робочу силу від країн, які її постачають. У сучасних умовах усе більша кількість країн втягується у процес одночасної еміграції/імміграції населення.

Глобалізація вищої освіти прискорює сучасну світову міграцію. Левова частка здобувачів вищої освіти за кордоном намагаються залишитися працювати у промислово розвинутих країнах. Водночас досить поширеними є процеси трудової міграції фахівців на роботу в менш розвинуті країни, тоді як на батьківщині випускники

західних вишів не можуть знайти роботу. Україна поки що не бере активної участі у цих процесах. Перешкодами міграції випускників українських вишів на Захід, до розвинутих країн, стає низький рівень знання іноземних мов, складність у підтвердженні диплому, відмінності в культурі та ментальності [3, с. 90].

Глобалізація сприяє міграції висококваліфікованих робітників у промислово розвинуті країни. Передумовами переміщення таких спеціалістів є кар'єрний ріст та високий дохід, можливість застосування своїх знань та здібностей [11].

Процес міграції фахівців потребує системного аналізу та розроблення низки заходів. В умовах глобалізації економіки є гостра потреба і водночас можливість створення соціально-економічних та правових умов життя, навчання та розвитку особистості, розвитку малого та середнього бізнесу, залучення іноземних інвестицій, що, своєю чергою, сприятиме створенню нових робочих місць, зміцненню економіки, підвищенню сприятливих умови для самореалізації особистості, комфортні умови праці та гідну заробітну плату, питання еміграції поступово відпаде саме собою і виникне гарний ґрунт для імміграції.

Таким чином, можна визначити глобальні наслідки міжнародної міграції робочої сили. Світ у цілому виграє від міжнародної трудової міграції, оскільки свобода міграції дає людям змогу переміщуватися до країн, де вони можуть зробити більший чистий внесок у світове виробництво, та стимулює розвиток НТП. Позитивним наслідком міжнародної трудової міграції є забезпечення перерозподілу трудових ресурсів відповідно до потреб країн, що найбільш дина-

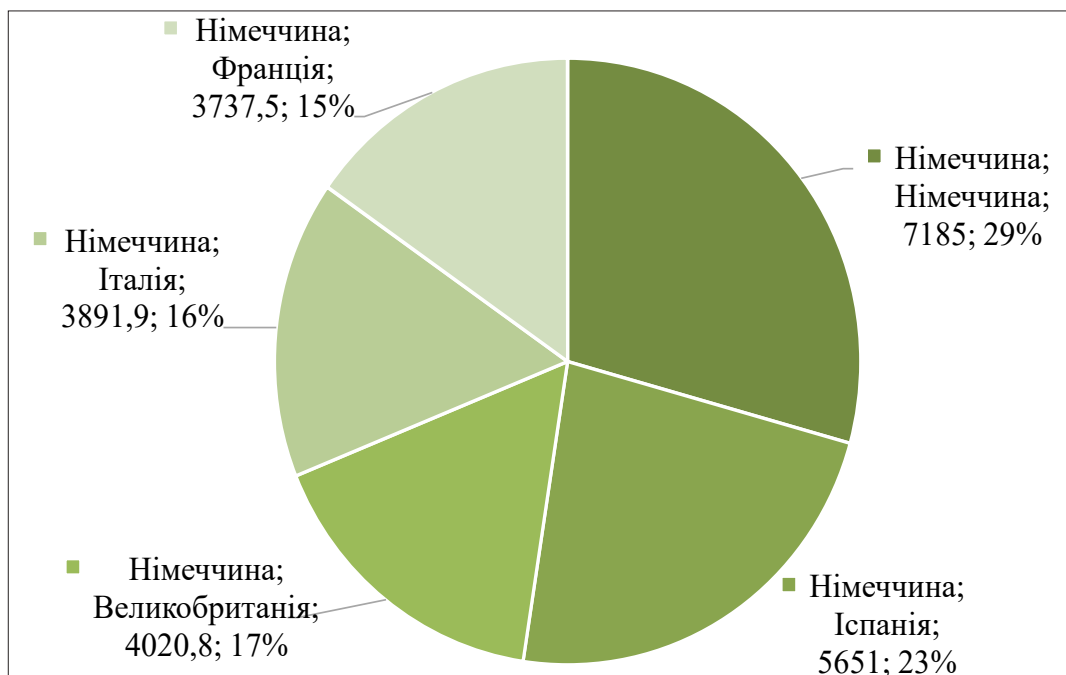


Рис. 2. Країни Європи, де проживає найбільша кількість іноземців, млн. осіб [2]

мічно розвиваються, призводить до концентрації працюючого населення у головних економічних центрах, дає змогу освоїти нові райони та їхні природні ресурси, сприяє підвищенню матеріального добробуту і росту професійного рівня десятків мільйонів людей. Негативними наслідками міжнародної трудової міграції у світі є надмірне розростання великих міст у країнах-реципієнтах, демографічне старіння населення у країнах-донорах.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, розвиток міжнародних економічних відносин невід'ємно включає процеси міжнародної міграції робочої сили. У процесі гло-

балізації цей вплив абсолютно відчутний. Під впливом глобалізації прискорюються процеси міжнародної міграції. Наші співвітчизники беруть активну участь у міжнародній міграції робочої сили. Ця участь має певні протиріччя й потребує комплексного вдосконалення. Але шляхом зміцнення національної економіки, сприяння розвитку науки і техніки, вдосконалення правової системи, поліпшення рівня життя населення Україна може перетворитися з країни-експортера на країну-імпортера робочої сили, що, звісно, також викличе низку проблем, але за допомогою інструментів регулювання імміграційних процесів держава зможе їх удало подолати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бахчеванова Н.В. Міжнародна міграція робочої сили в умовах глобалізації. URL: <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29084/26166>.
2. Велика Британія вирішила не приєднуватися до спільної політики ЄС щодо біженців. Тиждень UA. 2016. URL: <http://tyzhden.ua/News/160189>.
3. Лабунець В.О., Нікулін В.В. Макроекономічний аналіз сучасного ринку праці України в умовах глобалізації економіки. Збірник студентських наукових статей ХНУ. 2016. Вип. 11. С. 90–96.
4. Малиновська О.А. Трудова міграція населення України: чого чекати в найближчому майбутньому? URL: <http://migraciya.com.ua/news/migrant-workers/ua-labour-migration-ukraine-what-to-expect-in-the-near-future-part-1/>.
5. Останній шанс Європи: 7 порад від Джорджа Сороса, як вирішити міграційну кризу. Європейська правда. Серпень 2016. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/08/1/7052763/>.
6. Париж переосмислює загрози: як зміниться безпекова політика Франції. Європейська правда. Листопад 2017. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2017/11/28/7074291/>.
7. Президент США Дональд Трамп підписав новий імміграційний указ. Відомості. Березень 2017. URL: <https://vidomosti-ua.com/science/127593>.
8. Прем'єр Хорватії обіцяє притягнути армію для захисту від мігрантів. Дзеркало тижня. № 13. 7-13 квітня URL: https://dt.ua/WORLD/prem-yer-horvatiyi-obicyaye-prityagnuti-armiyu-dlya-zahistu-vid-migrantiv-201238_.html.
9. Прем'єр Чехії: квоти на мігрантів розділяють Європу і неефективні. Європейська правда. Січень 2018. URL: https://www.eurointegration.com.ua/news/2018/01/10/7075874/view_print/.
10. Танасієнко Н.П., Зелена М.І. Основні тенденції міграції робочої сили в сучасному світі. URL: http://bookss.co.ua/book_rozvitok-socialno-ekonomichnih-vidnosin-v-umovah-globalizaci_747/9_osnovn-tendenci-mgraci-robochoi-sili-v-suchasnomu-svt.
11. Танасієнко Н.П., Казановська Н.П. Проблеми еміграції робочої сили з України. URL: http://bookss.co.ua/book_rozvitok-socialno-ekonomichnih-vidnosin-v-umovah-globalizaci_747/10_problema-emgraci-robochoi-sili-z-ukraini.

МІСЦЕ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮЖКІВ ВАРТОСТІ У СУЧАСНИХ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМАХ

PLACE OF GLOBAL VALUE CHAINS IN PRODUCTION SYSTEMS

Хаджинов І.В.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Донецький національний університет імені Василя Стуса

В статті на основі даних аналітичного звіту «Вимірювання та аналіз впливу ГЛВ на економічний розвиток» йдеться про місце глобальних ланцюжків вартості у сучасних виробничих системах. Проведений аналіз впливу участі країни у ГЛВ на її економічний розвиток. Розглянуто феномен пастки середнього доходу.

Ключові слова: глобальні ланцюжки вартості, пастка середнього доходу, виробничі системи, чистий національний дохід.

В статье на основе данных аналитического отчета «Измерение и анализ влияния ГЦС на экономическое развитие» говорится о месте глобальных цепочек стоимости в современных производственных системах. Проведенный анализ влияния участия страны в ГЦС на ее экономическое развитие. Рассмотрен феномен ловушки среднего дохода.

Ключевые слова: глобальные цепочки стоимости, ловушка среднего дохода, производственные системы, чистый национальный доход.

In the article, based on the data of the analytical report "Measurement and analysis of the impact of GVC on economic development", we are talking about the place of global value chains in modern production systems. The analysis of the influence of the country's participation in the GVC on its economic development has been carried out. It is considered a phenomenon of the middle-income trap.

Key words: global value chains, middle-income trap, production systems, net national income.

Постановка проблеми. Глобальні ланцюжки вартості (ГЛВ) призводять до розриву виробничого процесу, тому різні етапи виробництва можуть бути здійснені в різних країнах. Ці складні світові виробничі взаємовідносини перетворили характер торгівлі сьогодні. Але їх складність також створювала труднощі в розумінні торгівлі та у формулюванні політики, яка дозволяє компаніям та урядам отримувати капітал від ГЛВ та пом'якшити негативні побічні ефекти. Сьогоднішні офіційні статистичні інформаційні системи, призначені для вимірювання економічної активності в світі, який існував до появи ГЛВ, намагаються не відставати від цих змін.

Звичайні заходи торгівлі, хоча і залишаються важливим інструментом, вимірюють валову вартість транзакцій між партнерами, і тому не можуть виявити, яким чином іноземні виробники, що перебувають у ланцюжку вартості, підключені до кінцевих споживачів наприкінці ланцюжка вартості. Наприклад, традиційні статистичні дані свідчать, що Республіка Корея дуже багато експортує товарів до Китаю. Справді, більша частина цієї торгівлі складається з компонентів, які в кінцевому підсумку

призначені для європейських та американських ринків. Тому було б більш точним сказати про ці продукти, що Корея експортує багато товарів на просунуті споживчі ринки. Важливість феномена ГЛВ спонукала дослідників розвивати статистику та аналіз на основі доданої вартості у торгівлі. Явище ГЛВ також вимагає від дослідників аналізу дискретних завдань або етапів у виробничому процесі. В даний час доступні дані про торгівлю доданою вартістю серед основних економік світу протягом 1995-2014 рр.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Оскільки Д. Рікардо встановив основу міжнародної теорії торгівлі два століття тому, основна думка, від Хекшера-Оліна до Самуельсона, заснована на трьох класичних уявленнях:

- ринки є абсолютно конкурентоспроможними, і виробники працюють при постійному ефектові від масштабу;
- галузь складається з однорідних виробників;
- країни торгують лише кінцевими продуктами, традиційно це називають «португальське вино за англійську тканину», і кожен продукт виробляється з використанням виробничих факторів лише країни-експортера.

Термін "ланцюжки вартості" був задуманий у дослідженнях управління бізнесом. М. Портер у 1985 р. підготував цю концепцію як основну структуру для розробки корпоративної стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності підприємств, привертаючи увагу до всієї системи діяльності, пов'язаної з виробництвом та споживанням продукту. Корпоративний суб'єкт господарювання спочатку розкладається на безліч ділових операцій з окремими функціями, які є аналітичними підрозділами для діагностики конкурентної переваги фірми. Коли фірма має порівняно розпорошену організаційну структуру, завдання кожного підрозділу (ділової активності), наприклад, розробка продукту, закупівля матеріалів, маркетинг та розподіл – має тенденцію визначати таким чином, щоб досягти мети даної одиниці, що може чи може не суперечити цілям інших підрозділів. Однак у перспективі вартості всі види діяльності повинні бути колективно організовані для забезпечення оптимального функціонування корпоративної структури в цілому. З цією метою ретельно досліджується характер взаємозв'язків між діяльністю (ланцюжками вартості), як би складання анатомічної схеми фірми, для того, щоб інтервалізувати потенційні зовнішні наслідки через міжфункціональну координацію, що є важливим джерелом конкурентної переваги фірми.

Навпаки, дослідження ГЛВ виникли в соціології. На відміну від концепції ланцюжка вартості Портера, яка стосується в першу чергу того, як можна оновити стратегії фірми, змінюючи фокус на конфігурацію ділової активності, дослідження ГЛВ враховують створення та передачу вартості в рамках системи внаслідок рішучих спроб оптимізувати виробничі мережі і, навпаки, механізм того, як структура розподілу вартості впливає на вибір фірмою організаційної форми міжнародних виробничих мереж. Аналіз ГЛВ не є глобальним продовженням ланцюгового підходу Портера, оскільки обсяг і мотивація відрізняються, як це описано нижче.

Існують інші терміни подібного роду в полі дослідження. Глобальний ланцюжок постачання є загальною назвою для діяльності з додавання вартості, що здійснюється через кордони, що є фізичною послідовністю виробництво-витрати, яка використовується в основному в бізнес-дослідженнях, що зосереджують увагу на логістичному управлінні або спрощенні торгівлі (як зменшити витрати та час виконання доставки). Глобальний товарний ланцюг, розроблений в Г. Гереффі та М. Корженевичем у 1994 р., стосується розподілу багатства, показуючи "як виробництво, розподіл та споживання формуються соціальними відносинами (включаючи організації)..." [1]. У цьому сенсі глобальні товарні ланцюги можна вважати попередником концепції ГЛВ за духом, хоча їх аналітичні структури дещо відрізняються.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми

Щоб відобразити різницю в обсязі субпідряду та розподілу продукції за секторами та країнами, у звіті «Вимірювання та аналіз впливу ГЛВ на економічний розвиток» [2] за 2017 рік розробляється система індексів ГЛВ, яка включає в себе три індекси, що характеризують характер ГЛВ: індекс виробничої довжини для середньої кількості етапів виробництва та складності ланцюжка вартості, індекс участі для вивчення інтенсивності залучення країнового сектора в ГЛВ та індекс позиції для розташування пари «країна-сектор» на ГЛВ, тобто відносна відстань певної стадії виробництва до обох кінців ГЛВ.

Всі ці показники побудовані за допомогою системи глобальних таблиць виробництва-витрати, які є основою бази з торгівлі доданою вартості і є основою для розкладання ВВП на широкі категорії діяльності на основі наступних промислових зв'язків.

Виклад основного матеріалу дослідження

Чисте національне виробництво доданої вартості – це продукти, які повністю виробляються та споживаються в межах однієї країни. Коли ці товари або послуги експортуються до іншої країни, ця операція відповідає класичній ідеї торгівлі, коли виробництво відбувається повністю в одній країні та споживання в іншому. Прикладом є експорт нафти з Венесуели до США. Додана вартість, створена виробництвом через національні кордони (втілена в проміжних торговельних потоках), є результатом діяльності ГЛВ, яку можна додатково розбити на прості та складні транскордонні операції з виробництва-розподілу продукції на основі кількості перетинів кордону. У простих ГЛВ додана вартість перетинає національні кордони лише один раз протягом виробничого процесу, без будь-якого непрямого експорту через треті країни, реекспорту чи реімпорту. У складеній доданій вартості ГЛВ перетинає державні кордони принаймні двічі. Використовуючи систему індексів ГЛВ, звіт описує схеми спільного розподілу продукції та діяльність ГЛВ для 35 секторів та більш ніж 40 країн протягом 20 років на базі Світової бази даних виробництво-витрати.

Зовсім не дивно, що в цілому виробництво у ГЛВ на сучасному етапі глобалізації зростає. Більша додана вартість все ще виробляється та споживається на внутрішньому ринку, але частка цієї частини ВВП суттєво знизилась до глобальної фінансової кризи, зменшившись із 85% світової доданої вартості у 1995 році до менш ніж 80% у 2008 році (рис. 1). Впродовж цього періоду всі види торгівлі збільшили свою частку, проте найбільш швидко зростання було для складних ГЛВ. Всесвітня фінансова криза 2008-2009 років, природно, була перешкодою, але торгівля відновилася досить швидко. Що дивно, це відсутність подальшого розширення частки традиційної торгівлі або торгівлі у ГЛВ

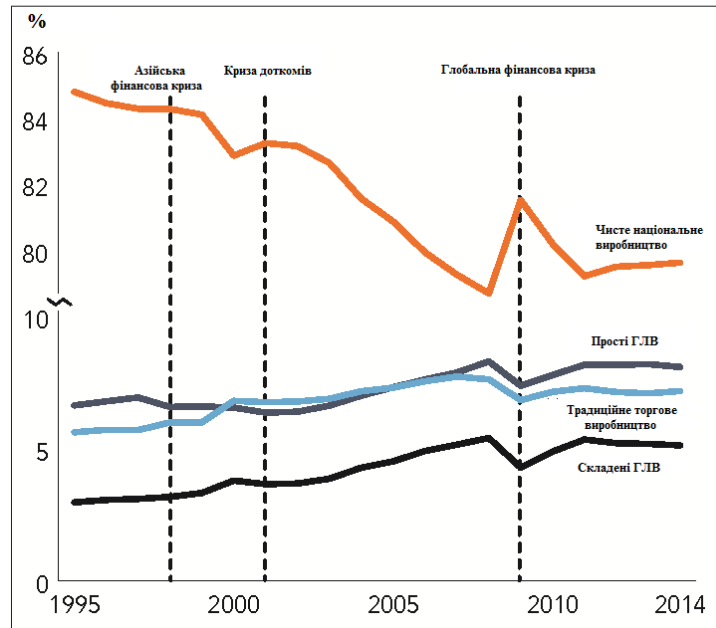


Рис. 1. Розвиток ГЛВ в період 1995-2014 рр. [2, с. 2]

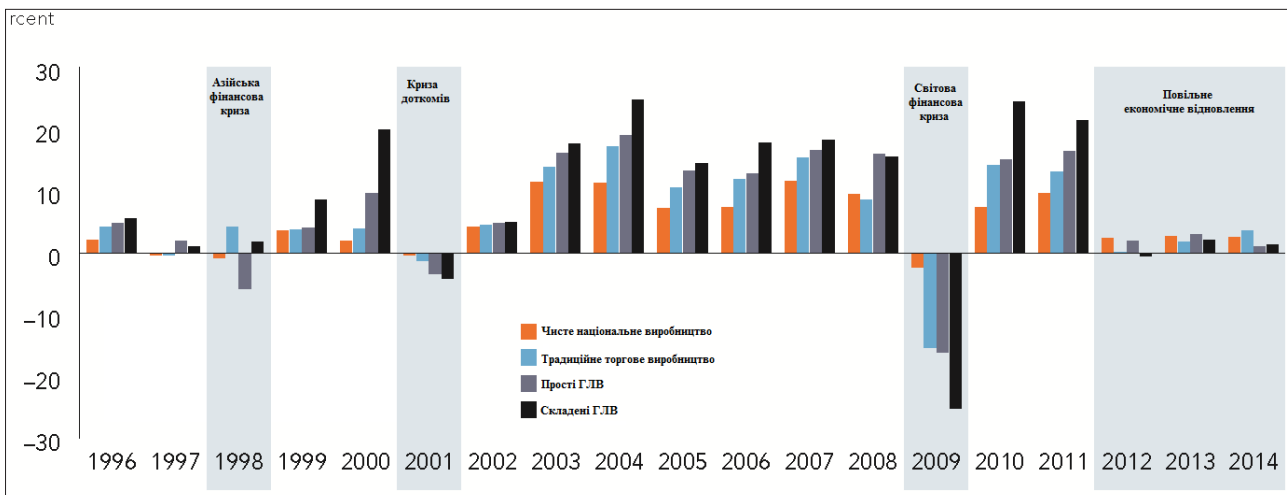


Рис. 2. Номінальні темпи зростання різних видів діяльності, що створюють додану вартість, 1996-2014 рр. [2, с. 3]

з 2011 року. Частка чистої національної доданої вартості з 2008 року дещо збільшилась. Ще зарано точно говорити, але це може бути те, що процес глибокої інтеграції, пов'язаний з ГЛВ, зупинився або навіть почав зворотній рух. Тим не менш, протягом всього цього періоду торгівля у ГЛВ (проста та складена разом) становила 60-67% світової торгівлі доданої вартості, що відображає важливість явища ГЛВ.

Подальше розуміння зміненої схеми створення доданої вартості може бути отримано шляхом перегляду номінального приросту доданої вартості окремо для чисто внутрішнього виробництва, традиційної торгівлі та ГЛВ у період з 1995 по 2014 рік (рис. 2). З 1996 по 2007 рр. Додана вартість у складних ГЛВ зростала швидше, ніж інші складники ВВП (тому його частка зростала). Це

було особливо виражено в 2002-2008 рр. – час розквіту ГЛВ. Прискорення розширення ГЛВ відбулося незабаром після того, як Китай приєднався до СОТ, і зростаюча участь Китаю в ГЛВ, ймовірно, є одним з факторів цього. Протягом 2002-2008 рр. зросла не тільки частка ГЛВ, але й темпи зростання номінальної доданої вартості також були дуже високими у всіх частинах доданої вартості через швидке реальне зростання, помірну інфляцію та подорожчання більшості валют відносно долара США. Період 2009-2011 років представляє собою кризу та початкове відновлення. Однак, що вражає з 2011 року, це означає, що сповільнення темпів зростання ВВП непропорційно вплинуло на канали ГЛВ, особливо для складних ГЛВ, які були ключовими чинниками зростання попередніх економічних циклів.

Декомпозиція також дозволяє характеризувати різні стадії уздовж ГЛВ: на кожному етапі додана вартість враховується як валова продукція певної галузі. Цей звіт також дає нові уявлення про зміну моделі ГЛВ за допомогою нового типу кривої – у формі усмішки. Крива усмішки найкраще пояснюється на прикладі, що наведений на рис. 3. Для Китаю експорт електричного та оптичного обладнання у 1995 р. та у 2009 р., показаний точками даних у вигляді кіл, що вказують пари "країна-сектор", що беруть участь у виробництві, де літерами позначається країна, а числом – галузь. Розмір кола являє собою абсолютну додану вартість, отриману шляхом

приєднання до ланцюжка вартості (у мільйонах постійних доларів США). Розрахункова крива проведена через ці точки, а форма кривої "U" або "усмішка". За вертикальною віссю відкладається вартість праці за годину у країні-галузі, що показує високий та низький рівень доданої вартості різних видів діяльності. Горизонтальна вісь показує загальну довжину виробництва на основі прямих зв'язків між світовими споживачами електричного та оптичного обладнання та участю конкретної галузі у відповідному ГЛВ. Логіка вибору форми графіку функції у вигляді усмішки полягає у такому: дослідження та проектування для критичних компонентів

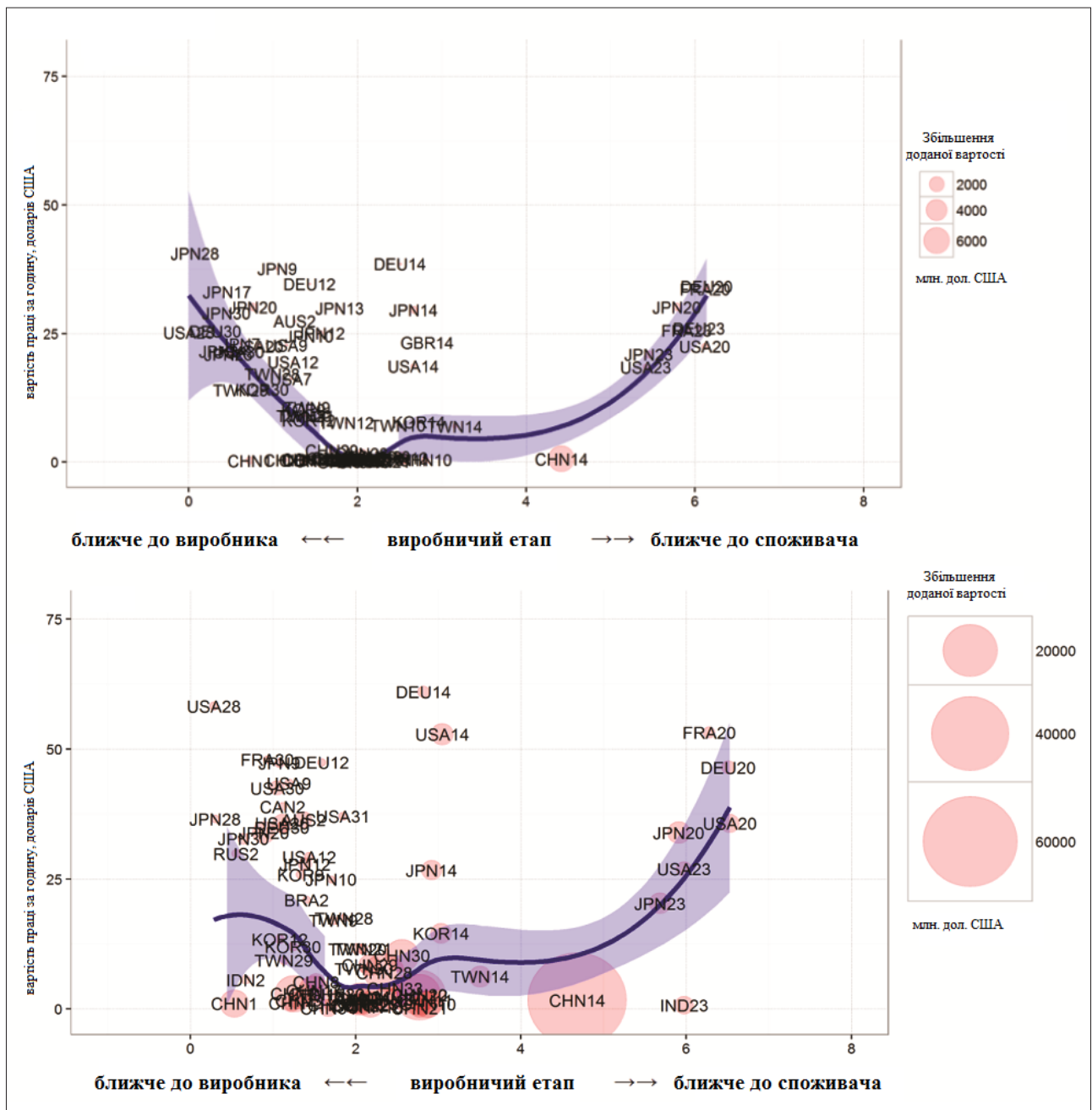


Рис. 3. Розрахункова крива усмішки для експорту електричного та оптичного обладнання Китаю в 1995 р. (зверху) та 2009 р. [2, с. 4; 3, с. 27]

електричного та оптичного обладнання відбуваються на початку процесу виробництва (ліва частина рисунка).

Ця наукова діяльність, як правило, є діяльністю з високою доданою вартістю в ГЛВ і, як правило, виконуються в більш розвинених країнах. Наприклад, у кривій за 1995 р. Японія та США (JPN28 та USA28) знаходяться у верхньому лівому куті, відображаючи високі рівні доданої вартості у фінансових секторах цих двох країн. Китайська промисловість, яка виробляє товар (CHN14), розташована в нижній точці кривої, що відображає роботу збірки при низькій заробітній платі. Діяльність, наближена до споживача, – це маркетинг, логістика та обслуговування після-продажного обслуговування. Ці ринкові знання також мають високу додану вартість, як показує похила частина кривої посмішки справа. І вони, як правило, здійснюються в країнах із розвинутою економікою, де споживання продуктів масового споживання в кінці кінців купується домашніми господарствами. Порівняння експорту одного і того ж сектора в 1995 і 2009 рр. свідчить про поглиблення кривої усмішки цього продукту. Оплата праці в галузі USA28 зросла з приблизно з 25 доларів на годину до 60 доларів на годину, тоді як заробітна плата в Китаї залишалася дуже низькою на кривій усмішки. Але бульбашка, яка показує загальну додану вартість виробництва CHN14, збільшилася приблизно в 10 разів. Китай, можливо, мав низьку позицію в ланцюжку вартості протягом усього періоду, але це призвело до переміщення величезної кількості працівників зі збіднілих сільських місцевостей для роботи на відповідних заводах.

На рис. 3 показані побоювання, які відчувають як багаті, так і бідні країни, враховуючи сучасну торгівлю. Багаті країни стурбовані тим фактом, що виробництво поглиблюється – тобто, напівкваліфіковані виробничі робочі місця перемістилися в країни, що розвиваються, або, якщо така робота все ще залишається в розвинутих країнах, постраждала від зростання заробітної плати в цій сфері. Бідні країни стурбовані тим, що вони потрапили в пастку діяльності з низькою доданою вартістю та не мають можливості перейти до видів діяльності з більш високою доданою вартістю, наприклад, в галузі дизайну, ключових технологічних ресурсів та маркетингу.

Одним з найбільш гострих дискусійних питань у розвитку є "пастка середнього рівня доходів". Пояснення цього явища: можна порівняно легко зрости від низького до середнього рівню доходу, імітуючи успішні країни та розширюючи використання факторів виробництва (використання дешевої робочої сили та залучення інвестицій), але важче перейти від діяльності, яка приносить середні доходи, на ті види, які приносять високі доходи, що загалом більше базується на інноваціях та креативності, ніж на екстенсивному зростанні. Виявляється, існують змішані емпіричні докази існування феномену пастки

середнього доходу. У звіті [2] виявлено значне зростання мобільності між 2000 та 2015 роками, особливо для країн із середнім рівнем доходу, для 79 з 133 країн, які у 2000 р. мали низький або середній рівень доходів, збільшили свій рівень доходів і не зазнали його зменшення.

Хоча існують лише слабкі докази загального уповільнення темпів зростання у країнах із середнім рівнем доходу, все ще залишається занепокоєння, що в будь-який період деякі країни швидко розвиваються, тоді як інші стагнують або їх економічне зростання уповільнюється. Крім того, проблеми структурної трансформації галузей є досить специфічними для країн з середнім рівнем доходу, і це звужене розуміння феномену пастки середнього доходу. Однією чіткою емпіричною закономірністю є те, що країни з високим рівнем мобільності значно більше залучаються до ГЛВ, ніж країни, що зазнають стагнації. Необхідна пильність при тлумаченні такого роду об'єднань, але це узгоджується з уявленнями про те, що ГЛВ дали країнам, що розвиваються, нові можливості для участі у глобальному поділі праці. Для країн, які змогли ефективно реагувати на можливості, у свою чергу, призвело до більш швидкого зростання продуктивності та економічного прогресу.

Висновки. Ідея вдосконалення інституцій та зниження торгових витрат по всій країні через покращення інфраструктури, контроль над корупцією, зменшення бюрократії та нульових тарифів на імпортовані матеріали (включаючи послуги) є зрозумілою. Але лідери країн, що розвиваються, природно дивувались, як продовжити цю програму. Виявляється, один ефективний шлях – це "глибокі" торгові угоди, угоди, які виходять за межі простого тарифу та передбачають юридичні зобов'язання щодо законів і правил.

Посилюючи інститути та зменшуючи торгові витрати, можливо, через глибокі преференційні торговельні угоди, є ефективним шляхом для країн, що розвиваються, щоб вони більше залучалися до ГЛВ, деякі помірковані дослідження показують, що, крім власних інституцій, важливою є також якість інституцій у сусідніх країнах. У контрактноємних секторах (такі, що мають складні ланцюжки вартості), країни з "поганими" сусідами експортують менше, навіть після введення контролю за власними установами всередині країни. Цей результат означає, що глибокі угоди будуть більш ефективними, якщо вся група сусідніх економік підпише таку угоду. Наприклад, для Транстихоокеанського партнерства кілька країн-членів Асоціації держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), такі як Сінгапур та В'єтнам, є партнерами цієї угоди, а також кілька країн Латинської Америки (Чилі, Мексика, Перу). Вигоди будуть більшими, якщо б підписали всі країни АСЕАН та країни Тихоокеанського регіону в Латинській Америці. Після президентських виборів у 2016 . США вийшли з договору, але решта 11 країн обговорюють, чи слід продовжувати діяти без США.

Для країн, що розвиваються, порядок денний реформ, необхідних для більш глибокого участі в ГЛВ, є складним завданням. Крім того, доступ до фінансів залишається проблемою в менш розвинених країнах, які схильні до неефективного функціонування ринку та державного управління. Приєднуючись до ГЛВ

покращує перспективи залучення приватних прямих іноземних інвестицій, найбільш бідні країни все ще можуть вимагати значного додаткового фінансування тільки для поліпшення інфраструктури: громадського транспорту та телекомунікацій, а також для сприяння торгівлі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Gereffi G., Korzeniewicz M. Commodity Chains and Global Capitalism. Westport-London, Praeger, 1994. 334 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Commodity_Chains_and_Global_Capitalism.html?id=A86j9pWfTcAC&redir_esc=y
2. Global value chain development report 2017. Measuring and analyzing the impact of GVCs on economic development. Washington. IBRR, 2017. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/gvcs_report_2017.pdf
3. Ye M., Meng B., We Sh. Measuring Smile Curves in Global Value Chains // IDE discussion paper No. 530. Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO). 2015. URL: https://ir.ide.go.jp/?action=repository_uri&item_id=37649&file_id=22&file_no=1

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 658.8.013

ВНЕДРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УКРАИНЕ IMPLEMENTATION OF SOCIAL MARKETING IN UKRAINE

Володивщук А.С.
студентка,

Одесский национальный политехнический университет

В статье рассмотрены проблемы социального маркетинга, общие понятия социального маркетинга, применение и примеры. На основе опроса респондентов проанализированы основные задачи социального маркетинга в Украине.

Ключевые слова: социальный маркетинг, молодежь, потребности аудитории, маркетинговые исследования.

У статті розглянуто проблеми соціального маркетингу, загальні поняття соціального маркетингу, застосування та приклади. На засадах опитування респондентів проаналізовано основні задачі соціального маркетингу в Україні.

Ключові слова: соціальний маркетинг, молодь, потреби аудиторії, маркетингові дослідження.

The article discusses problems related to social marketing, general concepts of social marketing, application and examples. Based on the poll of respondents, the main tasks of social marketing in Ukraine were analyzed.

Key words: social marketing, youth, audience needs, marketing research.

Постановка проблемы. Повышение качества жизни населения является одной из приоритетных задач как различных наук (социология, политология, психология и экономика), так и государственных органов власти через проводимую ими политику. Бизнес также заинтересован в благополучии и более высоком уровне жизни населения, поскольку все в экономике взаимосвязано. Сегодня все больше предприятий, чтобы выглядеть в глазах потребителей наилучшим образом, начинают заниматься решением проблем общества. В условиях снижения реального уровня доходов населения в результате кризисных тенденций развития экономики возникает масса социальных проблем, что приводит к необходимости поиска новых путей и инструментов их решения, преодоления негативных тенденций и настроений в обществе. Одним из современных инструментов повышения качества жизни населения является социальный маркетинг.

Для Украины, которая все еще стремится достичь уровня европейских стран, использование проектов социального маркетинга стало бы решающим фактором в их продвижении. Только консолидировав свои усилия и действия, биз-

нес сможет добиться наилучших результатов в своем развитии и процветании в Украине, а в дальнейшем украинские компании смогут последовать примеру европейского рынка.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями социального маркетинга в процессе становления постиндустриального общества занимались ведущие зарубежные ученые-экономисты, в частности Ф. Котлер [7; 8], Ж.-Ж. Ламбен [9], в трудах которых заложены фундаментальные основы сущности социального маркетинга. Проблемные вопросы становления и развития социального маркетинга находятся в поле зрения отечественных ученых, таких как Д.В. Акимов [1; 2], С.М. Андреев [3], В.А. Полторак [12], В.В. Барова [4].

Выделение не решенных ранее частей общей проблемы. На наш взгляд, не рассмотренными в научных статьях остались аспекты отношения украинцев к социальному маркетингу в Украине, их знания о данном инструменте маркетинга, понимание того, как социальный маркетинг влияет на имидж предприятия, а также где его используют.

Формулирование целей статьи (**постановка задания**). Целью статьи является выявление

особенностей развития социального маркетинга в Украине и опросы среди респондентов данного исследования.

Изложение основного материала исследования. Сегодня можно утверждать, что эволюция маркетинга привела к возникновению его новой концепции, а именно социального маркетинга. Социальный маркетинг представляет собой особый вид маркетинга, способствующий росту продаж и повышению имиджа компании. Сконцентрирован такой маркетинг на выставлении на показ деятельности компании, направленной на повышение качества жизни отдельных людей или общества в целом [7].

Прогрессивный мировой опыт доказывает, что социальный маркетинг представляет собой довольно мощный инструмент современного бизнеса, один из необходимых факторов успеха при продвижении товаров и услуг на рынок, который помогает улучшить имидж компании, создает благоприятную внутреннюю и внешнюю среды. При помощи данных факторов проблема внедрения социального маркетинга в настоящее время является актуальной для предприятий национального рынка товаров и услуг [8]. Заостряя внимание на современных тенденциях развития стран с прогрессивной экономикой, сегодня отечественные компании все чаще используют нестандартные подходы к процессу маркетинговых коммуникаций и оригинальных решений проблем завоевания внимания потенциальных покупателей к своей продукции, а также укрепления уже имеющихся клиентских баз. Проблема таких мероприятий заключается в незрелости национального рынка, несоответствии рыночных схем мировым стандартам, неразвитости государственного законодательства в области предпринимательства. Часто в таких случаях имеет место недопонимание руководителями предприятия комплексности, основной идеи концепции социального маркетинга. Перечисленные недостатки не являются приговором, ведь их можно преодолеть через усиление внимания к данному вопросу как со стороны государства и бизнеса, так и со стороны общества, что является очень важным фактором, поскольку произведений украинских ученых в данной сфере очень мало. Успех социально-маркетинговых программ зависит от многих факторов. Среди важнейших следует выделить такие [10]:

1) социальная проблема должна быть близка и понятна потребителям; лучше всего, если она соответствует миссии компании;

2) должны присутствовать поддержка и личное участие высшего руководства в программе;

3) важным фактором является верный выбор партнеров для программы, в том числе среди некоммерческих организаций; неудачно подобранный партнер способен погубить лучшую идею, что может негативно отразиться на репутации компании в целом.

Однако из-за препятствий, существующих на современном этапе, концепция социального маркетинга не может в полной мере реализоваться и отражать полный спектр возможностей. Среди основных существующих в данном случае проблем отметим такие [11]:

– применение социальных мер ради пиара собственной компании, а не для достижения конечной социальной цели (PR-освещение доминирует над реальным эффектом, в результате чего осуществляется фактически не социальный маркетинг, а сочетание коммерческого маркетинга и социальных мотивов);

– отсутствие должного освещения тематики социального маркетинга в научных трудах отечественных ученых; сегодня количество исследований данного явления чрезвычайно ограничено;

– общая политическая и экономическая нестабильность в стране, что не добавляет предприятиям уверенности в завтрашнем дне; поскольку технологии социального маркетинга постепенные, не рассчитаны на мгновенный результат, бизнес стремится к более быстродействующим схемам получения прибыли; данная ситуация свидетельствует о неудовлетворительном состоянии системы на рынке в данный момент, а это подчеркивает необходимость более активного внимания к проблеме и поиску путей ее решения.

Примеров социальной направленности действий много, и это обосновано научно.

“Coca-Cola”, например, сотрудничает с различными благотворительными фондами, в частности проводит акции вместе с фондом «Подари жизнь!». Косметическая сетевая компания “Avon”, например, активно работает в программе «Вместе против рака груди». «Сбербанк» как пример для других банков проводит акцию с фондом «Подари жизнь!» и 0,3% годовых со специальных вкладов переводит детям с различными тяжелыми заболеваниями [12].

Кроме этого, примером социального направления является маркетинг “McDonald’s”. Компания проводит разнообразные мероприятия с одновременным повышением продаж и благотворительным уклоном, например проект «Семейная комната» нацелен на спонсирование создания специальных комнат в детских больницах, где дети могут быть вместе с близкими в период лечения [13].

Для решения всех задач был проведен опрос. Конечно, для получения репрезентативной выборки и достоверности результатов в 95% целесообразно было бы опросить не менее 300 респондентов, отобранных из базы с помощью специального программного обеспечения. При отсутствии такой возможности были опрошены 36 респондентов, выбранных исследователем. Обработка данных опроса проводилась с помощью Гугл-формы. Рассмотрим каждый вопрос отдельно.

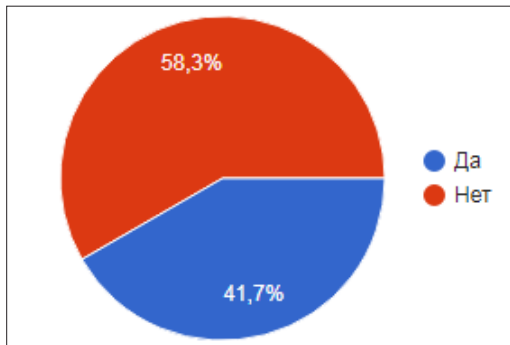


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Знаете ли Вы, что такое социальный маркетинг?»

Следовательно, большинство респондентов не знают, что такое социальный маркетинг.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Хотели бы Вы подробнее узнать о социальном маркетинге?»

С помощью данной диаграммы можно сделать вывод, что большая часть респондентов знает, что такое социальный маркетинг, но все же есть опрошенные, которые никогда не сталкивались с понятием социального маркетинга.

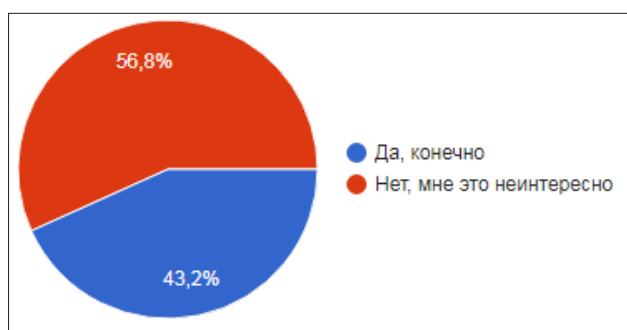


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Принимали бы Вы участие в социальном маркетинге, будучи сотрудником крупного предприятия?»

Итак, почти 45% респондентов принимали бы участие в социальных проектах.

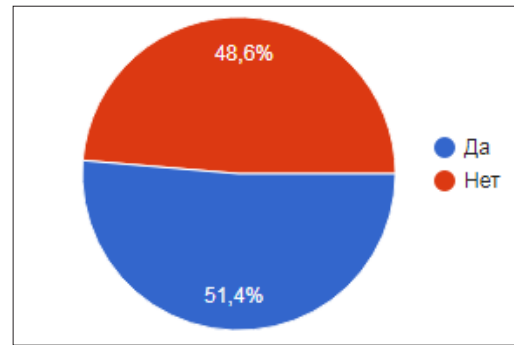


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы, что обязательно проводить проекты, касающиеся социального маркетинга, на украинских предприятиях?»

Диаграмма показывает, что большая часть респондентов считает, что обязательно проводить проекты, касающиеся социального маркетинга, но есть опрошенные, которые не считают так.

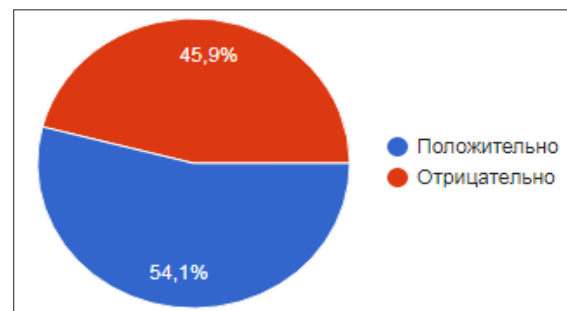


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Как Вы относитесь к социальному маркетингу?»

На этот вопрос почти 50% респондентов ответили, что положительно относятся к социальному маркетингу.

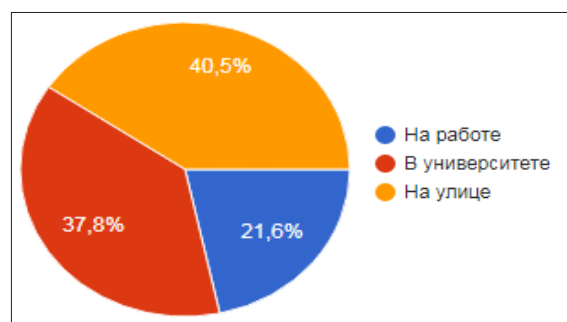


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Где Вы встречались с проявлениями социального маркетинга?»

Диаграмма показывает, что почти 41% респондентов встречался с проявлением социального маркетинга на улице, почти 40% – в университете, 22% – на работе.



Рис. 7. Розподіл відповідей на запитання «Як соціальний маркетинг впливає на імідж підприємства?»

С допомогою даної діаграми можна зробити висновок, що більша частина респондентів (почти 60%) вважає, що соціальний маркетинг позитивно впливає на імідж підприємства, але все ж є опитані (почти 45%), які вважають, що соціальний маркетинг негативно впливає на імідж підприємства, так як він не має особливого значення.

Следовательно, проведення даного опитування допомогло зрозуміти, як люди ставляться до соціального маркетингу, які у них знання про цей інструмент маркетингу. На основі даного опитування можна сказати, що респонденти позитивно ставляться до соціального маркетингу і вважають, що необхідно обов'язково проводити проекти, пов'язані з соціальним маркетингом. На основі аналізу результатів,

пов'язаних з дослідженням, можна сказати, що більша частина респондентів не прийняла б участі в соціальному маркетингу, так як вважає це нецікавим.

Висновки. В статті досліджені аспекти ставлення українців до соціального маркетингу в Україні. Зокрема, виявлено, як соціальний маркетинг впливає на імідж підприємства, де його використовують, що розуміють під соціальним маркетингом. Також даний аналіз допоміг зрозуміти, як люди ставляться до соціального маркетингу, які у них знання про цей інструмент маркетингу.

Аналіз вторинних джерел і результати проведених досліджень серед респондентів дозволили прийти до наступних висновків.

На українському ринку спостерігаються перші кроки в застосуванні концепції соціального маркетингу, але ще занадто рано говорити про повноцінне застосування цієї концепції. Приймаючи до уваги той факт, що в розвинутих країнах значення впливу соціального маркетингу на зміну поведінки працівників і споживачів очевидно, вважаємо, що визнання соціального маркетингу як однієї з найбільш перспективних технологій для розвитку вітчизняного бізнесу є обґрунтованим.

Щодо опитування можна зробити наступні висновки: більша частина респондентів (почти 60%) не знає, що таке соціальний маркетинг і як він впливає на підприємства, але все ж є опитані (почти 45%), які готові більше дізнатися про соціальний маркетинг і вважають, що соціальний маркетинг позитивно впливає на імідж підприємства. Крім цього, майже 44% респондентів брали б участь в соціальних проєктах.

Результати досліджень вторинних джерел дозволяють зробити висновок, що технологія соціального маркетингу – складний, багатовимірний, багатокомпонентний комплекс, тому для України це шанс в повній мірі інтегруватися в світову економіку, шляхом створення потужної мережі соціально відповідальних компаній і великий крок в майбутнє.

БІБЛІОГРАФІЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Акимов Д.И. Концепция социального маркетинга: проблемы обмена и технологизации управления социальными процессами. Киев, 2007. С. 107–110.
2. Акимов Д.И. Основные типы социального маркетинга. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2007. С. 43–49.
3. Андреев С.Н. Основы некоммуерческого маркетинга. Москва, 2000. С. 75–80.
4. Барова В.В. Социальная активность и социальная ответственность бизнеса в местном сообществе. 2002. С. 3–4. URL: <http://nic.pirit.info/200211/106.htm>.
5. Бородин А.В. Маркетинговый механизм реализации эколого-экономической стратегии. Москва: Эксмо, 2004. 321 с.
6. Братанич Б.М. Рост регулирующих функций государства и социальный маркетинг. Москва, 2005. С. 74–78.
7. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Москва: Слово, 1998. 418 с.

8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Київ: Віра, 2005. 387 с.
9. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Санкт-Петербург: Питер, 1996. 401 с.
10. Лопатина Н.О. Маркетинг как социальная технология: поиск новых методологических подходов. 2001. С. 17–25.
11. Новаторов Э.В. Дежавю некоммерческого маркетинга. 2003. № 3. С. 64–68.
12. Полтораки В.А. Политический маркетинг. Днепропетровск, 2001. 302 с.
13. Бабушкин А.А. Социальный маркетинг: автореф. дис. 2016. URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/31/953>.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕР ВИРОБНИЦТВА, ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗЕРНА: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАГАЛЬНОСВІТОВИЙ КОНТЕКСТ

CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT TRENDS IN THE SPHERES OF PRODUCTION, PROCESSING AND MARKETING OF GRAIN: UKRAINIAN AND GLOBAL CONTEXT

Грідін О.В.

старший викладач

кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

У статті досліджено сучасний стан, виявлені тенденції розвитку сфер виробництва, переробки та реалізації зерна в Україні та світі. Значення зернової галузі для національної економіки полягає в забезпеченні продовольчої безпеки країни, утриманні її пріоритетних позицій на світовій арені. Встановлено, що ринок зерна може слугувати своєрідною моделлю розвитку для інших ринків сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства. Доведено, що світова кон'юнктура ринку зерна характеризується показниками функціонування ринку та відображає величину попиту та пропозиції, обсяги продажів, ринкову активність продавців і покупців. Виявлено ключові фактори успіху України як провідного світового постачальника зернових. Встановлено перешкоди для подальшого зростання обсягів виробництва та експорту зерна. Доведено, що вирішення проблеми підвищення ефективності зерновиробництва нерозривно пов'язане із завданням підвищення ефективності функціонування ринку борошна.

Ключові слова: зернова галузь, ринок зерна, борошномельне виробництво, ринок борошна.

В статье исследовано современное состояние, выявлены тенденции развития сфер производства, переработки и реализации зерна в Украине и мире. Значение зерновой отрасли для национальной экономики заключается в обеспечении продовольственной безопасности страны, удержании ее приоритетных позиций на мировой арене. Установлено, что рынок зерна может служить своеобразной моделью развития для других рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Доказано, что мировая конъюнктура рынка зерна характеризуется показателями функционирования рынка и отражает величину спроса и предложения, объемы продаж, рыночную активность продавцов и покупателей. Выявлены ключевые факторы успеха Украины как ведущего мирового поставщика зерновых. Установлены препятствия для дальнейшего роста объемов производства и экспорта зерна. Доказано, что решение проблемы повышения эффективности зернопроизводства неразрывно связано с задачей повышения эффективности функционирования рынка муки.

Ключевые слова: зерновая отрасль, рынок зерна, мукомольное производство, рынок муки.

The article studies the modern state and tendencies of development of sphere of production, processing and marketing of grain in Ukraine and the world. The value of the grain industry to the national economy is to ensure food security, maintain its priority position on the world stage. It is established that the grain market can serve as a model of development for other markets for agricultural products, raw materials and food. It is proved that the global market conditions of the grain is characterized by indicators of the functioning of the market and reflects supply and demand, sales volumes, market activity for buyers and sellers. Identified key success factors of Ukraine as a leading international supplier of grain. Obstacles for further growth of production and export of grain. It is proved that the solution to the problem of increase of efficiency of grain production is inextricably linked to the problem of increasing the efficiency of functioning of the market of flour.

Key words: grain industry, grain market, flour-grinding production, flour market.

Постановка проблеми. Залишаючись незмінно стратегічною, зернова галузь аграрного сектору національної економіки України є однією з найбільш пріоритетних та характеризується

високим рівнем конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і світовому ринках, від якої залежать національна безпека держави, добробут її населення. Зернопродуктовий підкомп-

лекс є базовим сегментом сільського господарства, формуючи продовольчий фонд та резервні запаси, забезпечуючи фуражним зерном галузь тваринництва, постачаючи зерно на експорт, певною мірою визначаючи стан і тенденції розвитку сільських територій, а також формуючи істотну частку доходів сільськогосподарських товаровиробників. В умовах посилення глобалізаційних процесів, а також нарощування темпів інтеграції України у світову економічну систему саме продукція цієї галузі стає найважливішим об'єктом зовнішньої торгівлі, що спонукає до постійного підвищення обсягів виробництва зерна, максимізації його внутрішньої переробки, покращення якості, розширення наявних та освоєння нових ринків збуту. З огляду на зазначене від розвитку зернової галузі вже в найближчому майбутньому багато в чому залежатиме економічна стабільність держави, адже останніми роками доходи від експорту продукції АПК, які у 2017 році становили 17,8 млрд. дол. США, або 41,1% у структурі загального експорту, стали, як ми бачимо, основним джерелом валютних надходжень у країну, серед яких суттєва частка належить саме зерну [20]. Водночас у сучасному зерновому господарстві залишається нерозв'язаною ціла низка гострих проблем, що потребують невідкладного комплексного та системного вирішення на усіх рівнях, зокрема проблема забезпечення стабільного зростання урожайності зернових; неухильне зниження природно-ресурсного потенціалу аграрного сектору; наявність диспропорцій та неузгодженість інтересів суб'єктів зернового ринку; сировинна спрямованість експорту, вирішення яких багато в чому залежатиме від урахування індивідуальних особливостей розвитку суб'єктів господарювання. До того ж наявні та новостворені ринкові інституції в АПК покликані ув'язувати в єдину систему регіональний, національний та світовий ринки, що дасть змогу товаровиробнику адекватно будувати та реалізувати стратегію власного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку зернопродуктового підкомплексу України досліджувались у працях В.Г. Андрійчука, О.А. Козака, О.Ю. Грищенко, О.А. Материнської, І.В. Новицького, Н.М. Суліми, Д.О. Денисенка, О.Г. Шпикуляка, Г.Ф. Мазур та інших науковців. Дослідженням проблем забезпечення сталого розвитку вітчизняного та світового ринків зернових, а також питаннями розвитку українського ринку борошна займалися такі вчені, як, зокрема, О.І. Галенко, О.В. Захарченко, С. Крамон, Н.О. Кушнір, М.М. Славич, В.М. Лебідь, К.Є. Прищепа, С.В. Майстро, М.Г. Хірамагомедов, Н.М. Міщенко, М. Моїсеєва, О.В. Нікішина, Л.О. Франченко, В.М. Чорний.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Відзначаючи цінність результатів досліджень науковців, зазначаємо, що проблема забезпечення сталого розвитку вітчизняних сфер виробництва, переробки та реалізації зерна в умо-

вах їх залежності від світових тенденцій потребує подальшого вивчення та розв'язання.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення сучасного стану та виявлення дестабілізуючих факторів у сферах виробництва, переробки та реалізації зерна в Україні в розрізі загальносвітових тенденцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стан зернового ринку України є фактично певним індикатором якості економічних реформ, що проводяться в країні, а також повноти реалізації агропродовольчої політики. Цілком очевидно, що з урахуванням масштабів та повноти елементів економічних стосунків зерновий ринок може слугувати своєрідною моделлю розвитку для інших ринків сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства. Неможливо переоцінити значення зернової галузі для національної економіки, яке полягає у забезпеченні продовольчої безпеки країни, утриманні її пріоритетних позицій незалежно від впливу об'єктивних та суб'єктивних чинників, зумовлених передусім тривалими ринковими трансформаціями, які позначились на усіх секторах економіки України. Зернове господарство найбільшою мірою пов'язане з природним середовищем та земельними ресурсами, а також основними матеріально-технічними засобами аграрного сектору, рівень використання яких залежить від організації виробництва, технології та інших чинників. До того ж останніми роками простежується дедалі тісніша залежність розвитку зернової галузі від загальносвітових тенденцій [7]. Проте, незважаючи на це, експерти ФАО прогнозують збільшення виробництва зернових у світі до 2024 року до 786,7 млн. тонн, або на 8,7%. Водночас очікується збільшення рівня споживання, що, відповідно, вимагає нарощування виробництва зернових [3].

Найбільш поширеними сьогодні у світі є три зернові культури, такі як пшениця, кукурудза та рис, що обумовлюється перш за все відмінностями культури та традицій споживання в різних регіонах світу. До середини 90-х років минулого століття пшениця посідала провідне місце в структурі посівних площ, проте з часом пріоритети дещо змістились, а нині першість належить кукурудзі на зерно. Це пояснюється по-перше, спробами задовольнити зростаючі потреби тваринництва, а по-друге, початком промислового виробництва біоетанолу у світі [2, с. 24].

Зауважимо, що до п'ятірки найбільших експортерів зерна у світі вже тривалий час входять Австралія, Аргентина, ЄС, Канада та Сполучені Штати Америки. Провідне місце в експорті пшениці при цьому посідають такі країни, як США, Бразилія, Україна, Аргентина [19]. Це свідчить про суттєві відмінності в структурі виробництва зернових у вказаних країнах. Сумарні експортні пропозиції зерна з боку основної «п'ятірки» експортерів становлять понад 84% усього обсягу світової торгівлі.

Основними показниками, що визначають ступінь впливу країни на світовий ринок, є, по-перше, частка у світовій торгівлі; по-друге, відношення перехідних запасів до середньорічного внутрішнього споживання в країні. За обома показниками сьгодні лідирують США. Їх частка становить 28% сього обсягу торгівлі; далі йдуть Канада (17%), Австралія та ЄС (по 15%), Аргентина (11%).

Основними споживачами зерна, за ринки яких ведеться конкурентна боротьба, залишаються країни Азіатсько-тихоокеанського регіону, такі як Китай, Японія, Південна Корея, Індонезія та Філіппіни. Крім того, зерно імпортують Іран, Туреччина, Саудівська Аравія, Єгипет, Нігерія, Алжир, Марокко, Перу, Колумбія, Венесуела, Мексика та інші країни. Отже, на світовому ринку зерна склалася стійка спеціалізація: виробництво зерна концентрується переважно в розвинених країнах світу, при цьому країни, що розвиваються, часто не в змозі розв'язати свої зернові проблеми, а країни, чисельність яких є такою, що за рахунок лише власного потенціалу вони не спроможні задовольнити внутрішній попит, його імпортують. Крім того, експерти ОЕСР відзначають, що в умовах достатнього світового зернового виробництва проблеми забезпечення зерном будуть особливо гостро стояти перед найбільш розвинутими країнами, що не мають засобів для фінансування імпорту зернових продуктів. Останнім часом на світовому ринку зерна відбуваються системні зміни, тому можна спостерігати таку ситуацію: скоротилися посіви у США та Канаді; зменшилися перехідні запаси в найбільших країнах-експортерах; на ринок увійшли нові країни-експортери, такі як Угорщина, Росія, Україна, Казахстан і Туреччина. Стан та динаміку світового ринку зерна представлено на рис. 1.

Світова кон'юнктура ринку зерна характеризується показниками функціонування ринку та відображає величину попиту й пропозиції, обсяги продажів, ринкову активність продавців і покупців. У зв'язку з постійним загостренням конкуренції на ринку важливо володіти адекватною інформацією про стан, динаміку обсягів продажів на відповідному товарному ринку, які можна отримати, проаналізувавши його. Згідно з даними першого підготовленого Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН прогнозу попиту на зернові та пропозиції зернових у світі у сезоні 2017–2018 МР ситуація на ринках залишиться відносно спокійною, незважаючи на незначне скорочення обсягів світового виробництва. З урахуванням очікуваного відносно низького приросту споживання та чергового багатого врожаю запаси зернових у світі, згідно з оцінками, також залишаться на близькому до рекордного рівня.

Зерно є одним з найважливіших товарів у світовій економіці, оскільки формує продовольчу безпеку країн світу. З часів набуття незалежності Україна завжди була та сьогодні є потужним експортером зернових. Значним фактором розвитку аграрного виробництва в Україні є природний потенціал, зокрема великі площі землі високої

якості, сприятливий клімат. Безпосередньо зернове виробництво є основою аграрної економіки України зі значним внеском у ВВП у різні роки в межах 3,0–3,5 %. Під вирощування зернових використовується близько 10,7 млн. га, що складає 57,3% від загальної посівної площі сільськогосподарських підприємств України.

Початковий період становлення України як провідного постачальника зернових у світі, який прийшовся на 1991–1994 роки, характеризувався низьким рівнем експорту зернових, який складав менше одного відсотка, при цьому рівень виробництва зернових доходив до 38,5 млн. т. Це тривалий час негативно впливало за рахунок створеної надлишкової пропозиції та внаслідок неефективної державної політики на ситуацію на внутрішньому ринку [14, с. 80].

Періодом формування реального зернового ринку в Україні можна вважати 1995–1996 роки, коли відбулась приватизація більше 400 підприємств хлібно-продуктової галузі. У цей період перші незалежні приватні компанії почали експортні поставки. Провідну роль у становленні України як світового експортера зерна відіграли великі транснаціональні корпорації. Вітчизняні зернотрейдери виконували здебільшого посередницькі функції між виробниками зерна та його безпосередніми експортерами, діяльність яких і була найбільш привабливою з економічної точки зору, оскільки забезпечувала отримання найбільшого економічного ефекту. Причому така ситуація зберігається і сьогодні [25].

Наступний період (1996–2000 роки) характеризувався значним зростанням експортних поставок та зниженням середнього рівня виробництва зерна майже на третину (до 27,1 млн. т) внаслідок загострення цілої низки внутрішніх проблем. Визначальним фактором, що вплинув на зниження рівня урожайності зернових у цей час, було недотримання агротехнологій їх вирощування внаслідок кризового становища, що охопило всю економіку країни.

Тенденція зростання валового збору зерна на початку 2000-х років в результаті підвищення урожайності привела до утворення надлишку зерна та значного збільшення обсягів експорту. Факторами зростання українського зернового експорту у 2001–2002 роках стали нагромадження запасів зерна (7 млн. т на кінець 2001 року) та відсутність врожаю в основних гравців ринку через погодні умови (США, Канада, Аргентина, ЄС втратили частину врожаю та знизили обсяги експорту зернових) [15, с. 30].

У період 2005–2006 років Україна увійшла до найпотужніших експортерів зерна, адже майже третина валового збору була спрямована на експорт. Частину врожаю зерна 2005 року в обсязі 13,9 млн. т продано на світовому товарному ринку, що дало змогу Україні вийти на 3-є місце у світі серед експортерів фуражного зерна (після США та Аргентини) та на 6-е місце серед експортерів пшениці. Експортна виручка у 2005 році склала близько 1,3 млрд. дол. США [19; 25].

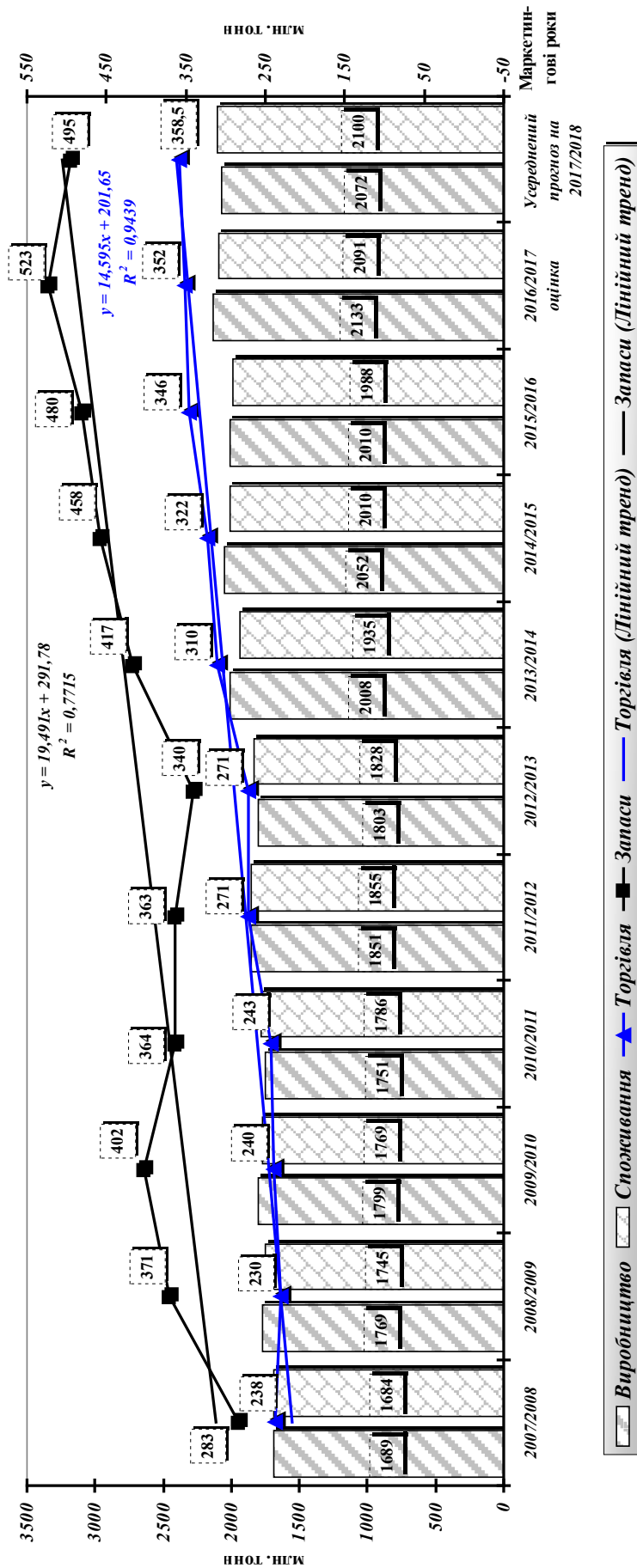


Рис. 1. Стан та динаміка світового ринку зерна

Джерело: Міжнародна рада по зерну [19]

Впродовж 2012–2016 років відбувалось постійне зростання обсягів експорту зерна. Максимального обсягу експортної виручки від реалізації зернових Україною досягнуто у 2012 році (7 млрд. дол. США). Максимальний обсяг зернових реалізовано в 2015/2016 маркетинговому році (38,7 млн. тонн) завдяки високому врожаю у цей період. Однак виручка від експорту не була рекордною цього року через значне зниження цін на всі види зерна, що відбулось унаслідок загострення конкурентної боротьби на ринку.

У 2016 році Україна вже традиційно увійшла до п'ятірки найбільших експортерів, посівши 3-є місце за обсягом експорту зернових (ринкова частка становить 10,9%). Основними конкурентами України на світовому ринку зерна нині виступають США (частка ринку становить 22,6% у 2016 році, у тому числі 31,8% ринку фуражного зерна), країни ЄС (13,2%), Бразилія (10,2%), Аргентина (9,5%). Серед основних конкурентів України на ринку пшениці слід назвати США (12,7%), країни ЄС (20,1%), Канада (14,8%), а також Російську Федерацію (14,8%).

Основними споживачами української пшениці є країни Азії (Китай, Ізраїль, Таїланд), Північної Африки (Єгипет, Туніс, Марокко), ЄС (Іспанія, Нідерланди, Італія), що обумовлюється зручністю поставок та постійним попитом на цей вид зернових. При цьому для азійського та африканського регіонів характерний попит на борошномельну пшеницю, а для європейських країн – попит на фуражну пшеницю. Першорядним споживачем вітчизняних зернових виступає Єгипет, який імпортував у 2015 році 4,7 млн. т українського зерна [24].

Ключовими факторами успіху під час становлення України як провідного світового постачальника зернових стали такі [27]:

1) родючі ґрунти, загалом сприятливі природно-кліматичні умови;

2) вигідне географічне розташування для експорту продукції зернового виробництва, наявність досить розвинутої транспортної інфраструктури, виходу на морські шляхи;

3) невисокі ціни на зерно вітчизняних аграріїв, які утворились унаслідок низької орендної плати за землю та низького рівня заробітної плати в країні;

4) зростання попиту на зернові у світі, що безпосередньо пов'язане зі зростанням кількості населення та опосередковано зі збільшенням споживання зерна у тваринництві;

5) діяльність вітчизняних агрохолдингів (завдяки ефекту від масштабу вони мають можливість акумулювати значні обсяги ресурсів (земельні, технічні, фінансові, кадрові) та більш ефективно їх використовувати; нині агрохолдинги мають більш розвинену інфраструктуру для зберігання та транспортування зерна, продуктивнішу техніку, використовують новітні агротехнології (урожайність зернових культур у великих підприємствах традиційно на 25–30% вище середнього

показника по країні), а також капітал, який дає змогу сформувати економічно безпечну позицію під час виходу на світовий ринок зерна).

Незважаючи на наявні позитивні фактори розвитку ринку зернових, існують значні перешкоди для подальшого зростання обсягів виробництва та експорту, серед яких потрібно відзначити такі [25].

1) Низькі темпи розвитку логістичної інфраструктури, а саме недостатність надсучасних, відповідно обладнаних ємностей для зберігання зерна (елеваторів, складів); недостатня забезпеченість елеваторів лабораторіями якості; зриви строків постачання вантажів через нестачу та поганий технічний стан залізничних вагонів; висока вартість транспортних послуг; невисокий потенціал портових потужностей тощо.

2) Неприятливі умови кредитування аграрного бізнесу. Кредитні ставки комерційних банків та інших фінансових установ для вітчизняних аграріїв є «грабіжницькими». Вітчизняним виробникам зерна важко конкурувати із закордонними аграріями через наявність значної різниці у вартості кредитних ресурсів для аграрного сектору. Так, кредити у ЄС, що надаються аграрному сектору, коштують від 2% до 4%, у США – 0% , в Україні – до 25–30% річних [1].

3) Значна питома частка зерна, виробленого в Україні, має низьку якість [2]. Це пояснюється низькою якістю посівного матеріалу, недостатнім та незбалансованим внесенням добрив та засобів захисту рослин, недотриманням сівозмін та агротехнологічних строків, використанням застарілої низькопродуктивної техніки, низькою ефективних технологій, а також негативним впливом природно-кліматичного чинника.

4) Проблемними питаннями є також незбалансоване державне регулювання, економічна та політична нестабільність в країні. Для розвитку вітчизняного аграрного бізнесу необхідні державна підтримка, ефективна грошово-кредитна політика, сприятливе податкове та митне регулювання.

Зауважимо, що вирішення проблеми підвищення ефективності зерновиробництва нерозривно пов'язане із завданням підвищення ефективності функціонування інтегрованого ринку борошна шляхом реалізації нової стратегії сталого розвитку, що базується на науково обґрунтованому відтворювальному підході. Україна, як вже відзначалось, володіє потужним ресурсним потенціалом для виробництва борошна, однак соціально-економічна ефективність його використання залишається перманентно низькою. Тенденція зростання сировинного експорту (зерно) забезпечується переважно за рахунок скорочення його внутрішнього споживання, передусім продовольчого, поступово руйнує виробничий потенціал інтегрованого ринку борошна, активізуючи імпорт готових зернових та хлібних продуктів, а також створює загрозу продовольчій безпеці державі. Сьогодні потуж-

ності українських борошномельних підприємств завантажені лише на 30–50%, обсяги експорту борошна (у вартісному виразі) становлять 0,65% зернового експорту, а дохідність зовнішніх борошняних поставок значно нижче за надприбуткову діяльність зернотрейдерів [4; 17].

Практика свідчить про те, що вектори державного впливу концентруються переважно на адміністративному ціноутворенні борошна та хліба, оминаючи актуальні питання відновлення внутрішнього попиту на борошно, стимулювання експорту продуктів зернопереробки з вищою доданою вартістю, забезпечення розширеного відтворення ресурсів у секторах інтегрованого ринку борошна (перш за все, виробничому та споживчому) [5; 16].

Згідно з офіційною статистикою виробництво борошна в Україні останніми роками має тенденцію до зниження. Так, якщо у 2009/2010 МР вироблено 3,63 млн. т, то у 2016/2017 МР – лише 2,74 млн. т, що в абсолютному вимірі становить 0,89 млн. т, або 75,48% від показника базового року. Тобто за вісім останніх років виробництво скоротилось майже на чверть. Це пов'язане з цілою низкою факторів, головним серед яких є неухильне скорочення кількості населення країни. Внутрішнє споживання при цьому за вказаний період скорочувалось в середньому на вісім відсотків щорічно. Більш детальне вивчення стану вітчизняного ринку борошна показало, що за перший квартал 2017/2018 маркетингового року в Україні вироблено близько 494 тис. т пшеничного борошна, що нижче показника аналогічного періоду 2016/2017 МР (507 тис. т), а також результату перших трьох

місяців сезону 2015/2016 (515 тис. т). Таке зниження виробництва, швидше за все, пов'язане зі збільшенням «сірого» ринку борошна в Україні. При цьому внутрішнє споживання борошна задовольняється вітчизняними виробниками в повному обсязі, а його надлишки активно експортуються [20].

Необхідно відзначити, що Україна переважно є виробником пшеничного борошна, частка якого становить близько 93,0% та житнього (6,5%). Динаміка виробництва борошна в Україні представлена на рис. 2.

Основними країнами-імпортерами українського борошна у 2016/2017 МР були Китай та Північна Корея, які сукупно імпортували його близько тридцяти відсотків. Останніми роками активно зростає експорт в Анголу з 2,0% у 2014/2015 МР до 9,5% у 2016/2017 МР. Палестина-Ізраїльський регіон спожив 17,1%. Крім цього, Україна традиційно експортує борошно в Молдову, ОАЕ, Єгипет тощо. Відзначимо, що з часів отримання незалежності ринки збуту вітчизняного борошна суттєво змінились. Так, якщо у 90-х роках це були переважно країни СНД, зокрема Туркменістан та Таджикистан, борошно поставлялось насамперед як сплата за отриманий вуглеводень, то нині, як ми бачимо, географія змінилась та суттєво розширилась. І це притому, що світовий ринок борошна є невеликим порівняно з ринком зерна (реалізується приблизно 15,0 млн. тонн) та в принципі давно поділений між основними гравцями, такими як ЄС, Туреччина, Іран, Пакистан. За три місяці 2017/2018 МР обсяг експорту українського борошна збільшився до 117,14 тис. т, з якого 44,04 тис. т було відван-

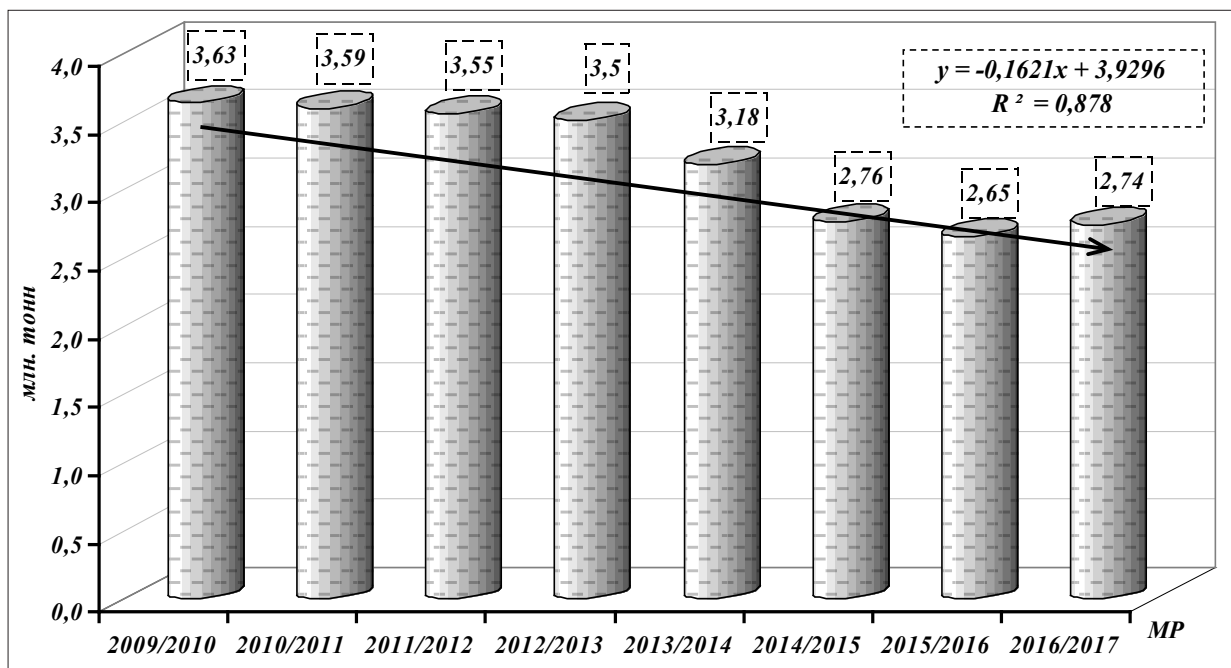


Рис. 2. Динаміка виробництва борошна в Україні

Джерело: [28]

тажено у вересні, що стало найбільшим показником за місяць в першому кварталі маркетингового року. За аналогічний кварталний період минулого сезону на зовнішні ринки було поставлено 94,28 тис. т цієї продукції, зокрема у вересні поставлено 34,398 тис. т. А в липні-вересні 2015/2016 МР експорт становив 87,21 тис. тонн. Спостерігається значне зростання відвантажень у поточному сезоні, хоча усі резерви та можливості були вичерпані минулого року, що зайвий раз доводить наявність «сірого» ринку [22].

Якщо порівнювати ціни звітного періоду поточного сезону з минулорічними, то помітним стає їх підвищення, попри те, що рекордний урожай пшениці у світі припускав подальше зниження цін на продовольство [22].

Необхідно зазначити, що розширення географії експорту українського борошна, що виявилась минулого року, зберігається і в поточному. Так, на ринок Африки вже стабільно припадає чверть відвантаження борошна з України, а з урахуванням поставок у країни Близького Сходу експорт в цьому напрямку перевищує сорок відсотків. У Північну Корею у вересні було відвантажено майже 19,5 тис. т української борошна, тобто практично весь обсяг, поставлений на ринок Східної Азії. Усього за три місяці в КНДР поставлено 49,4 тис. т (42,3% всього експорту борошна з України), що на 10 тис. т більше, ніж за аналогічний період минулого року, а частка цієї країни у загальному обсязі зросла на відсоток.

Загалом у першому кварталі сезону 2017/2018 МР борошно з України поставляли в більш ніж 40 країн, включаючи, як це не парадоксально, одного з основних експортерів цієї продукції, а саме США.

Варто відзначити, що 101,905 тис. т борошна, або 87% усього 3-місячного експорту, відвантажили 10 підприємств зі 118, що здійснювали постачання на зовнішній ринок у цей період. У минулому сезоні ТОП-10 експортерів за три місяці відвантажили 76,438 тис. т, що становило 81% усіх відвантажень. Всього ж у цей період продаж на зовнішні ринки здійснювали 88 підприємств. Сьогодні за відвантаженими обсягами лідирує ТД «Новаагро». Фактично це Новопокровський КХП, який завжди був серед лідерів на ринку. Другу позицію займає Вінницький КХП № 2 [22].

Виробництво борошна в Україні сконцентроване переважно в приватному секторі. На державні підприємства припадає лише до двадцяти відсотків. Водночас максимальна завантаженість вітчизняних підприємств становить близько половини від проектної потужності, причиною чого є нестача у сировині, а висока як внутрішня, так і зовнішня конкуренція на ринку.

На рис. 3 наведені основні виробники, а на рис. 4 – основні експортери українського борошна.

Висновки. Зерновий ринок України розвивається під впливом низки чинників як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Так, зокрема, обсяги виробництва визначаються ситуацією,

що формується на світовому ринку зерна та ринках інших продуктів харчування, обумовлюється демографічною ситуацією в Україні та світі, а також безпосередньо залежить від розвитку НТП. Роль та значення держави в забезпеченні стабільного розвитку сфери зерновиробництва в історії України завжди були одними з найголовніших, проте, на жаль, державна політика залишається недостатньо ефективною та не в повному обсязі захищає інтереси вітчизняних аграріїв. З огляду на це на державному рівні доцільно сформувати та задіяти ефективні механізми регулювання ринку зерна.

Водночас українським зернотрейдером значно простіше будувати власну діяльність за схемою, яка передбачає придбання зерна у аграріїв в період спаду ціни реалізації, тобто в перші ж місяці після збирання врожаю, коли пропозиція є найбільшою, забезпечити його належне зберігання до часу, коли світові запаси почнуть скорочуватись, а ціни зростати, зрештою, отримати надприбутки. Вказана діяльність є найбільш ефективною та найменш ризикованою для однієї категорії суб'єктів ринку, а саме зернотрейдера, проте не враховує інтереси інших, а саме безпосередніх виробників зерна, підприємств переробної сфери та держави. Безумовно, тут ризики мінімальні порівняно з виробництвом, переробкою або тваринництвом, в якому інвестиції повертаються мінімум через 2–3 роки.

Головними причинами скорочення обсягів борошномельного виробництва є зменшення середньодушового споживання та обсягів промислового використання борошна, зокрема в хлібопекарській промисловості, яка є найбільшим споживачем цього продукту (60% у структурі споживання), та «тінізація» руху товаропотоків. Обсяги останньої, згідно з оцінкою аналітиків ІА «АПК-Інформ», становлять у виробничому секторі 0,7–1,0 млн. т [17], у споживчому (ринок хлібобулочної продукції) – понад 2 млн. т, що перевищує обсяг виробництва хлібопекарських підприємств, прозоро працюючих на внутрішньому ринку. Функціонування «тіньових» субсекторів свідчить про недосконалість діючих регуляторних механізмів і, як наслідок, втрати держави від недоотримання податкових надходжень.

Державна політика на зерновому ринку в найближчій перспективі повинна будуватися з урахуванням впливу глобальних чинників, тим більше, що сьогодні зерновиробництво в Україні перебуває в надзвичайно вигідному становищі, а особливо в умовах глобальної продовольчої кризи. І держава може отримати значний зиск від збільшення виробництва зерна, що, безумовно, допоможе вирішити проблеми розвитку економіки загалом (зокрема, соціальні та екологічні). Важливою умовою забезпечення стабільності ринку зерна має стати застосування дієвих механізмів державного регулювання, сутність яких полягає в забезпеченні збалансованості кількісних та якісних параметрів попиту й пропозиції на продукцію.

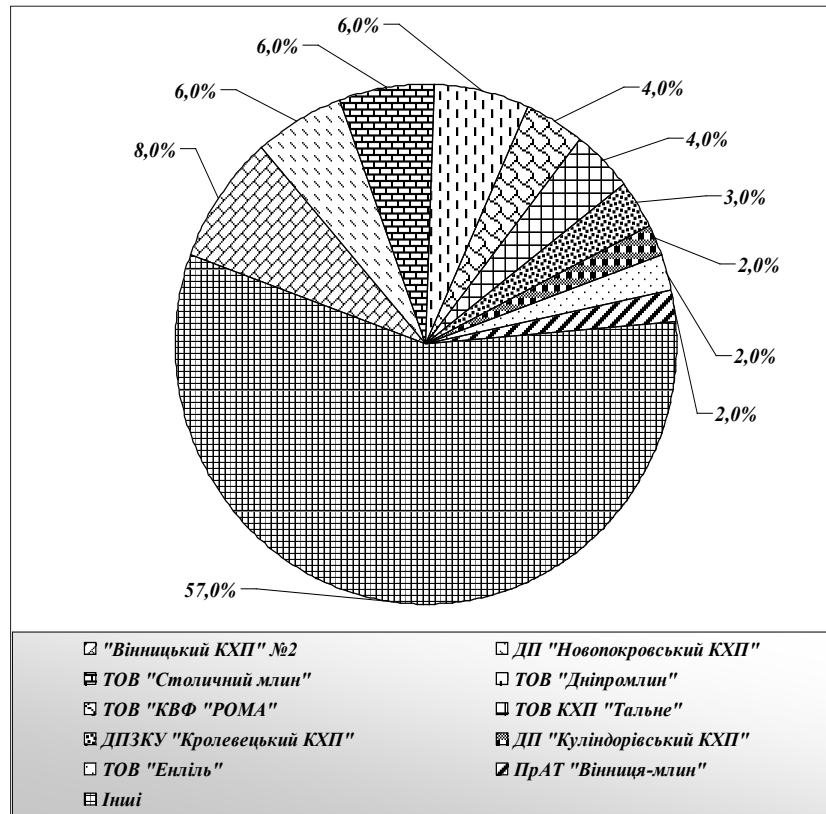


Рис. 3. Основні виробники борошна в Україні та їх частка в загальному виробництві

Джерело: [28]

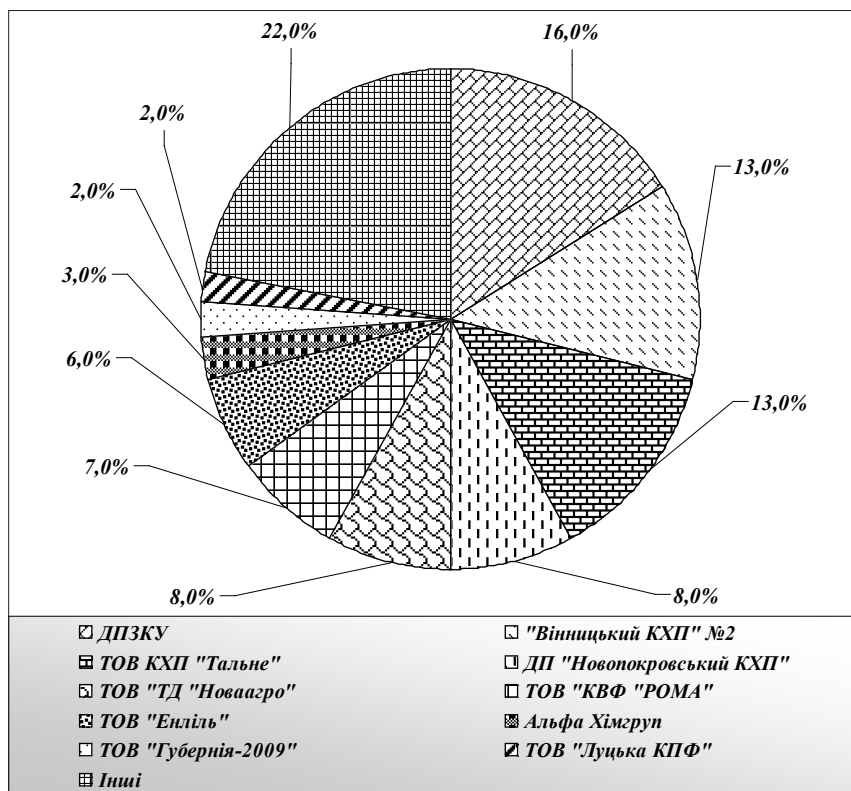


Рис. 4. Основні експортери борошна з України та їх частка в загальному експорті

Джерело: [28]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 779 с.
2. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: монографія. Київ: КНЕУ, 2005. 292 с.
3. Галенко О.І. Розвиток світового ринку зерна: проблеми і тенденції. Агросвіт. 2017. № 10. С. 24–29. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/10_2017/6.pdf.
4. Грідін О.В. Зернопродуктовий підкомплекс України: сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2017. № 1. С. 21–27.
5. Грідін О.В. Значення зернопродуктового підкомплексу в дотриманні продовольчої безпеки України. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. 2015. Вип. 161. С. 136–144.
6. Захарченко О.В. Сучасний стан та оцінка розвитку ринку зерна в Україні. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2014. Вип. 8. С. 54–58.
7. Козак О.А., Грищенко О.Ю. Розвиток зернової галузі України на сучасному етапі. Економіка АПК. 2016. № 1. С. 38–47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2016_1_7.
8. Крамон С. Квоти на експорт зерна в Україні: недіючі, неефективні та непрозорі. URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/4b55c11b2e2ad>.
9. Крупнейшие зернотрейдеры Украины. URL: http://www.agroua.net/news/news_24610.html.
10. Кушнір Н.О., Славич М.М. Сучасні тенденції розвитку України на світовому ринку зерна. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 15 (2). С. 125–128. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_15\(2\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_15(2)_29).
11. Лебідь В.М., Прищепка К.Є. Сучасний стан ринку зерна України, проблеми та перспективи розвитку. Економічний вісник Донбасу. 2013. № 1. С. 131–135.
12. Майстро С.В., Хірамагомедов М.Г. Ринок зерна в Україні: сучасний стан та напрямки державного регулювання. Державне будівництво. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp_2013_2_11.pdf.
13. Материнська О.А. Стратегічні засади інноваційного розвитку виробництва зерна сільськогосподарськими підприємствами. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 5. С. 26–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2017_5_4.
14. Міщенко Н.М. Перспективи зернового ринку України. Економіка і прогнозування. 2005. № 2. С. 79–92.
15. Моїсєєва М. Світовий ринок пшениці. Пропозиція. 2007. № 4. С. 28–32.
16. Нікішина О.В. Аналіз ринку борошномельної продукції. Товари і ринки. 2013. № 2. С. 43–57. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tovary_2013_2_5.
17. Нікішина О.В. Методичний підхід до оцінки ефективності інтегрованого зернового ринку України. Економічні інновації. 2014. Вип. 57. С. 263–274. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2014_57_28.
18. Новицький І.В. Теоретичні основи економічних відносин суб'єктів зернопродуктового підкомплексу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13 (2). С. 39–43. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_13\(2\)_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_13(2)_11).
19. Обзор рынка зерновых. Международный совет по зерну. URL: <https://www.igc.int/downloads/gmrsummary/gmrsummr.pdf>.
20. Основні показники зовнішньої торгівлі України. URL: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini.
21. Сайт Агентства з питань продовольства і сільського господарства ООН (Food Agriculture Organization). URL: <http://www.fao.org>.
22. Сакиркин С. Экспорт муки из Украины в июле-сентябре 2017 года. URL: <http://hipzmag.com/tema/eksport-muki-iz-ukrainy-v-iyule-sentyabre-2017-goda>.
23. Суліма Н.М., Денисенко Д.О. Ефективність інноваційних технологій вирощування зернових культур. Вісник Сумського національного аграрного університету. Фінанси і кредит. 2013. № 1. С. 197–200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsnau_2013_1_36.
24. Франченко Л.О. Стан та сучасні тенденції розвитку світового ринку зерна. URL: <http://udau.edu.ua/library.php?pid=1559>.
25. Чорний В.М. Торговельна позиція українських підприємств на світовому ринку. Ефективна економіка. 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5450>.
26. Шпикуляк О.Г., Материнська О.А., Мазур Г.Ф. Ефективність виробництва зерна сільськогосподарськими підприємствами: теоретико-методологічний аспект. Економіка АПК. 2014. № 12. С. 42–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2014_12_8.
27. Ukraine: Grain and Feed Update. Production is Stable, Domestic Consumption is Sliding. USDA Foreign Agricultural Service. Kiev, 2016. 18 p.
28. «Пропозиція» – главная платформа для агробизнеса. URL: <http://www.propozitsiya.com>.

УДК 339.13:686.865(477)-04386(045)

ОЦІНКА СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

EVALUATION OF MODERN DEVELOPMENT OF OFFICE GOODS MARKET IN UKRAINE

Добровольський В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Логвиненко Н.І.

студент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

У статті наведено аналіз розвитку ринку канцелярських товарів в Україні, проаналізовано товарну структуру ринку, склад імпорту в цій структурі та вітчизняних товарів, виявлено основні проблеми, запропоновано шляхи їх вирішення та покращення сучасної тенденції на цьому ринку.

Ключові слова: торгівля, канцелярські товари, шкільно-письмові товари, сезонність, ринок.

В статье приведен анализ развития рынка канцелярских товаров в Украине, проанализированы товарная структура рынка, состав импорта в этой структуре и отечественных товаров, выявлены основные проблемы, предложены пути их решения и улучшения современной тенденции на этом рынке.

Ключевые слова: торговля, канцелярские товары, школьно-письменные товары, сезонность.

The article analyzes the development of the market of stationery goods in Ukraine, analyzes the commodity structure of the market, the composition of imports in this structure and domestic goods, identifies the main problems and proposes ways to solve these problems and improve the current trend in this market.

Key words: trade, stationery, school-writing goods, seasonality.

Постановка проблеми. Український ринок канцелярських товарів досить насичений товарами, проте українських виробників відносно мало. Насичення цього товарного ринку забезпечує переважно імпортна продукція з європейських країн, а також країн Азії, таких як Китай, Тайвань та Малайзія. На жаль, як зауважують самі підприємці, канцелярські товари мають низьку якість або є контрофактом. Вхід на ринок ускладнений високою конкуренцією серед імпортерів. Канцелярський бізнес перебуває в досить тяжкому стані, оскільки паперову продукцію замінили на електронні носії. Отже, термін окупності активів на цьому товарному ринку значно збільшився.

Обсяг ринку канцелярських товарів оцінюється в 150–200 млн. USD. Близько 70% ринку складають товари імпортного виробництва, до 20 тис. найменувань. Порівняно невелика кількість «офіціальних» імпортерів пояснюється тим, що практично на 80% канцтоварів встановлені заборонні мито, що заганяє більшу частину ринку в «тінь» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізу ринку канцтоварів присвятили безліч

своїх наукових робіт такі науковці, як О.І. Чайкова, Т.А. Полякова [3] які проаналізували розвиток канцелярського ринку, К.А. Корженко [4], який визначив залежність торгівлі канцелярськими товарами від місця його розташування.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зазначити, що сьогодні не є визначеною перспектива розвитку вітчизняного ринку канцелярських товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Група канцелярських товарів охоплює широкий асортимент різних виробів повсякденного попиту. Ними користуються практично всі верстви населення. Останніми роками асортимент цих товарів розширився, з'явилась велика кількість нових товарів різноманітного оформлення.

Канцелярські товари діляться на дві основні групи, а саме товари для школи та офісні товари. Попит на товари для школи має сезонний характер, торгівці роблять основні продажі саме перед початком навчального року. Через це головними клієнтами підприємств, які реалізують канцелярські товари, є інші юридичні особи та фізичні особи-підприємці, а також дер-

жавні служби, які придбають товари для офісу. Також одним з факторів, що висунув товари для офісу вперед відносно товарів для школи є залежність канцелярського ринку від демографічного стану в країні, адже чим більше народжуваність, тим більше майбутніх школярів та потенційних клієнтів для цього ринку.

Переваги зазначених ринкових сегментів послідовно змінювалися відповідно до підвищення культури вжитку канцелярського приладдя, а також зміни фінансових можливостей корпоративних споживачів та зростання доходів населення.

Через нестабільну ситуацію в Україні канцелярський ринок з 90-х років переважно складався з імпортних товарів, тому структура імпорту канцелярських товарів мала вид, зображений на рис. 1.

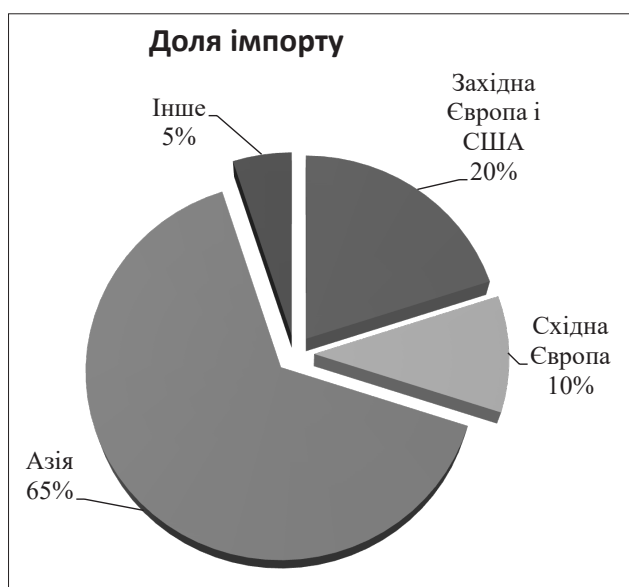


Рис. 1. Діаграма імпорту канцтоварів в Україні

Аналізуючи наведені дані, можемо зауважити, що більша частина імпорту надходить з Азії, що пояснюється великими обсягами торгівлі з іншими країнами світу, зокрема Європи, а також відносно низькою ціною порівняно з іншими імпортерами. Західна Європа та США зайняли український ринок ексклюзивними товарами, проте ці країни не можуть повністю заповнити ринок через високу ціну. Східна Європа у своєму складі має багато членів країн СНД з огляду на минуле, саме з ними наша країна вела торгівлю, тому частка імпорту цих країн має значний обсяг.

Дослідивши ринок канцелярських товарів, ми склали таблицю зі змінами роздрібного обсягу продажу канцелярських товарів на ринку, а також навели частку від загального роздрібного товарообігу непродовольчими товарами (табл. 1).

Варто зазначити, що обсяг оптового продажу за 2015 рік склав 1 175,8 млн. грн. Виходячи зі здійсненого аналізу та результатів досліджень, можемо стверджувати, що вітчизняний ринок канцелярських товарів є недостатньо великим, що дає змогу виробничим підприємствам збільшувати виробництво, а торговельним підприємствам розширювати торгівлю. Протягом чотирьох років товарообіг поступово зростав, як і частка канцелярських товарів від загального товарообігу, причому загальний товарообіг непродовольчими товарами також показав зростання.

Крім того, слід пам'ятати про сезонність ринку. У цьому напрямі попит залежить від наповнення учбових закладів школярами. У цьому й полягає залежність ринку канцелярських товарів від демографічної ситуації в країні. Володіння інформацією про демографічний стан в Україні дає можливість прогнозувати попит на ринку канцтоварів. Відомо, що за останні 7–8 років народжуваність в Україні не падає, а залишається на одному рівні [3, с. 147].

Виробництво канцелярських товарів в Україні зростатиме протягом наступних п'яти років в середньому на 0,6–0,8% щорічно. Така тенденція підтверджується результатами прогнозування частки вітчизняних канцелярських товарів, що реалізовуватимуться через мережу підприємств. Вона зростатиме приблизно на 0,6 пункти щорічно. Гуртовий та роздрібний продаж також зростатимуть. Причому приблизно однаковими темпами, а саме 0,7–0,8% за рік. Таке зростання є невеликим, тому не здатне суттєво змінити попит на ринку канцелярських товарів, проте може підтримати його на постійному рівні.

Роздрібний продаж шкільно-письмових товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, зокрема фірмові підприємства з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, спеціалізовані відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, підприємства роздрібно-торгівлі споживчої кооперації, дрібно-роздрібну торговельну мережу.

Оскільки шкільно-письмові товари є підгрупою канцелярських товарів, в подальшому

Таблиця 1

Зміна роздрібного обсягу продажів канцелярських товарів на ринку [2]

Рік	Роздрібний товарообіг канцелярськими товарами млн. грн.	Роздрібний товарообіг непродовольчими товарами млн. грн.	Частка канцелярських товарів від загального товарообігу, %
2012	1 008,1	230 456,6	0,43
2013	1 070,8	242 340,8	0,44
2014	980,8	257 286,8	0,38
2015	1 309,3	287 321,7	0,45

будемо розглядати організацію продажу канцелярських товарів. Так, в окремий відділ шкільно-письмові товари виокремлюють в спеціалізованих канцелярських крамницях.

Роздрібна торгівля канцелярськими товарами може здійснюватися декількома різновидами магазинів. По-перше, це спеціалізовані магазини. По-друге, універмаги, які пропонують подарунковий та представницький асортимент. Як правило, це якісна та дорога канцелярська продукція.

Торговельні супер- та гіпермаркети, кількість яких постійно зростає в Україні останнім часом, також пропонують серед свого асортименту канцелярію. До того ж вони «перетягують» значну частину забезпечених покупців.

Переваги крупних торговельних мереж полягають в тому, що їх відвідувачам зручно купувати все необхідне в одному місці, до того ж такі магазини можуть працювати на дуже низьких цінах, привабливих для усіх верств населення, а також мають у своєму складі широкий асортимент канцтоварів [4].

Для кращого розуміння потреб ринку досліджене середнє споживання канцтоварів на одного офісного працівника, які є одними з основних споживачів на цьому ринку (табл. 2).

З метою виокремлення найбільш суттєвих факторів, що впливають на обсяги реалізації, в результаті застосування багатофакторного регресійного аналізу побудовано економіко-математичну модель, яка відображає рівень впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на загальний обсяг реалізації канцелярських товарів.

Рівняння багатофакторної регресійної моделі має такий вигляд:

$$Y = 36,16x_2 + 22,52x_4 + 12,11x_5 + 404,67x_6 - 826,70, (R_2 = 0,9),$$

де Y – обсяг реалізації канцелярських товарів, тис. грн.;

x_2 – кількість конкурентів в радіусі 200 м., од.;

x_4 – розмір торговельної націнки, %;

x_5 – торговельна площа, м²;

x_6 – кількість торговельного персоналу, ос.

Формула складена авторами на основі матеріалів дослідження [5].

Ринок канцтоварів усіх країн зростає швидкими темпами, що пов'язане з відкриттям нових компаній і, відповідно, нових офісів. Крім того, зростає число так званих домашніх офісів, тому попит на канцтовари не знижується. Одна з головних тенденцій на ринку канцелярських товарів – зміна дизайну товарів. У моді ергономічні форми: прямі кути поступаються округлим поверхням. Розширюється колірна гамма: замість сірого та чорного кольорів з'являються яскраві; популярні металізовані та флуоресцентні відтінки. Наприклад, у Польщі ринок канцелярських товарів порівняно з українським розвинений вперед на п'ять років через захист держави вітчизняних виробників [6].

Нині учасники ринку активізуються та починають співпрацювати з іноземними партнерами, які не тільки стежать за якістю продукції, але й надають українським підприємствам право користуватися європейськими технологіями виготовлення.

Найбільшим попитом з боку державних установ користуються товари загального користу-

Таблиця 2

Сегментування споживачів залежно від місця розташування підприємства роздрібно́ї торгівлі

Група	Опис основного сегменту споживачів
Торговельні майданчики, ринки	Споживачі жіночої статі, пенсіонери або жінки пенсійного віку з низьким рівнем доходу, які раз на тиждень купують канцелярські товари, при цьому мотиваційними факторами для них виступають ціна товару та зручне місце розташування торговельного об'єкта.
Відділи в універсальних магазинах	Люди з високим або середнім рівнем доходу від 20 до 60 років, які постійно купують канцелярські товари з частотою раз на тиждень або раз на місяць. Для них основними впливовими факторами є якість товару та тривалий зручний графік роботи.
Спеціалізовані магазини	За родом занять основну кількість складають підприємці, державні службовці, працівники творчих професій, офісні працівники.
У переходах станцій метрополітену	Студенти, робочі, клерки, державні службовці та працівники торгівлі, що купують канцелярські товари постійно та в моменти необхідності за частотою придбання раз або декілька разів на тиждень. В результаті низького рівня доходу орієнтуються на низьку ціну, за відсутності вільного часу задоволені зручним місцем розташування та тривалим графіком роботи.
Організації, заклади та установи, які мають вільний вхід	Працівники (офісні працівники, державні службовці та працівники творчих професій), клієнти або пацієнти цих організацій із середнім рівнем доходу, які постійно купують товари у цьому місті, але частіше в разі виникнення необхідності в цьому. Вигідне розташування торговельного об'єкта – це основний стимулюючий фактор придбання товарів для цього споживчого сегменту.
Вищі навчальні заклади (наявність перепускної системи входу)	Працівники та студенти цих навчальних закладів, які купують товари кожного дня або декілька разів на тиждень. Вигідне місце розташування стимулює споживчу активність, але високі ціни – це основний негативний фактор, який відлякує покупців. Частіше респонденти купують канцелярські товари в цих місцях в разі виникнення гострої необхідності та відсутності поблизу підприємств-конкурентів.

вання, наприклад папір форматний, який використовується в усіх офісах та конторах державного та недержавного рівнів, а також інша продукція, що повсякденно купується українцями.

Отже, завдяки підвищенню якості товарів багато українських підприємств змогли підвищити попит саме на вітчизняний товар. У зв'язку з цим зростає здорова конкуренція серед підприємців, які все частіше пропонують якісні вироби за зниженими цінами.

Висновки. Ринок канцелярських товарів в Україні досить насичений, має свою постійну клієнтуру та охоплює незначну частину від обігу всієї торгівлі. Однак цей ринок дуже залежить від сезонності, потреб бізнесу, розвитку сучасних технологій, а також від кризових тенденцій.

За підсумками аналізу ринку можна визначити його основні тенденції розвитку, канцелярський ринок стабільно, проте незначно зростає, а також поступово займає нові сегменти ринку. Зростання складає 0,7–0,8% за рік. Це зростання є невеликим, проте стабільним для підтримання наявного стану ринку. Під час відкриття додаткових торгових точок необхідно враховувати розташування, а з огляду

на місце слід розробляти свот-аналіз та скласти бізнес-план.

Отже, шляхи поліпшення становища на українському ринку канцелярських товарів з урахуванням досвіду інших країн є такими:

- захист держави вітчизняних виробників шляхом підняття мита на кордоні на імпорتنі товари;
- розробка пільгових канікул або кредитна допомога для підприємств-виробників канцелярських товарів;
- розробка нових досліджень та нових товарних одиниць.
- Підприємці, виробники, а також торговці на ринку канцелярських товарів можуть:
 - розширяти свій асортимент;
 - налагоджувати торгові зв'язки з вітчизняними підприємствами як основні постачальники матеріалів, товарів для вироблення та реалізації канцелярських товарів;
 - розробити унікальні канцелярські товари для можливого експорту;
 - створити мережу магазинів, яка б займалась реалізацією в певних регіонах та можливих місцях продажу з урахуванням усіх нюансів, переваг та недоліків такої торгівлі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Перший Український сайт операторів ринку канцтоварів. URL: http://www.kancport.com.ua/ua/events/newsuapkt/20050311/page_541.html.
2. Збірник «Статистичний щорічник України» 2015 р. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm.
3. Чайкова О.І., Полякова Т.А. Аналіз ринка канцтоварів України. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2013. № 69 (1042). С. 146–150.
4. Корженко К.А. Формування маркетингової конкурентної стратегії підприємств роздрібною торгівлі (на матеріалах ринку канцелярських товарів).
5. Дослідження асортименту, споживчих властивостей і експертиза якості товарів для офісу, що реалізуються на споживчому ринку. URL: <http://ukrbukva.net/120787-Issledovanie-assortimenta-potrebitel-skih-svoystv-i-ekspertiza-kachestva-tovarov-dlya-ofisa-realizuemyh-na-potrebitel-skom-rynke-goroda-Novosibirska.html>.
6. Народний кореспондент. URL: <http://nk.org.ua/ekonomika/ukrainskiy-ryinok-kantstovarov-vyihodit-na-noviy-uroven-46314>.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ І СТАНДАРТІВ ЄС

REGULATORY PROVIDING OF ECOLOGICALLY SAFE LAND USE IN ACCORDANCE WITH EU REQUIREMENTS AND STANDARDS

Скель Г.В.

кандидат економічних наук,
завідувач сектору економіки,
Національний науковий центр
«Інститут землеробства
Національної академії аграрних наук України»

У статті визначено основні принципи, яким має відповідати нормативно-правове забезпечення екологобезпечного землекористування. Проведено ідентифікацію основних суб'єктів державної політики у сфері екологобезпечного землекористування. Узагальнено основні ДСТУ та ISO, що стосуються суб'єктів господарювання, які функціонують у площині екологобезпечного землекористування. Наведено перелік нормативно-правових актів, які лежать в основі екологобезпечного використання земель у контексті гармонізації законодавства України з актами ЄС.

Ключові слова: нормативно-правове забезпечення, екологобезпечне землекористування, гармонізація, ЄС, законодавство.

В статье определены основные принципы, которым должно соответствовать нормативно-правовое обеспечение экологически безопасного землепользования. Проведена идентификация основных субъектов государственной политики в сфере экологически безопасного землепользования. Обобщены основные ГОСТ и ISO, касающиеся субъектов хозяйствования, функционирующих в плоскости экологически безопасного землепользования. Приведен перечень нормативно-правовых актов, которые лежат в основе экологически безопасного использования земель в контексте гармонизации законодательства Украины с актами ЕС.

Ключевые слова: нормативно-правовое обеспечение, экологически безопасное землепользование, гармонизация, ЕС, законодательство.

The main principles that the normative and legal support of ecologically safe land use should comply with were defined in the article. Identification of the main subjects of state policy in the field of environmentally safe land use has been carried out. The main National Standards of Ukraine and ISO are generalized, which relate to business entities operating in the area of environmentally sound land use. The list of legal acts, which underlie the ecologically safe use of land in the context of harmonization of Ukrainian legislation with EU acts were given.

Key words: legal regulation, ecologically safe land use, harmonization, EU, legislation.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Глобальне економічне середовище нині ставить нові завдання перед економіками країн як на макро-, так і на мікро-рівні. Виробництво якісної, екологічно безпечної продукції є важливим чинником зростання добробуту нації, підвищення рівня життя населення. Екологобезпечне використання земель є послідовним етапом розвитку економіки землекористування і полягає у вилученні із земельної ділянки корисних властивостей, за якого зберігається екологічна рівновага та задовольняються відповідні потреби землекористувача та виклю-

чається шкідливий вплив на оточуюче середовище. Однак розвиток екологобезпечного використання земель гальмується недосконалістю інституційного забезпечення. Наявна в агропромисловому виробництві нормативно-правова база не може забезпечити ефективного функціонування товаровиробників у європейському економічному просторі та потребує вдосконалення. В умовах поглиблення співпраці нашої держави з країнами – членами Євросоюзу, бажання вийти та зайняти лідируючі позиції на європейських ринках збуту виникає необхідність адаптації законодавства України до норм права Європейського Союзу. Реформування нормативно-право-

вого забезпечення необхідно здійснювати починаючи з первинної ланки сільськогосподарського виробництва, а саме із землеробства, відповідно до вимог та стандартів ЄС, урахувавши екологічно-безпечне використання земель.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Стосовно детального опису заходів і реалізації державної політики регулювання землекористування у науковій літературі представлено роботи: В. Андрейцева, М. Бахуринської, В. Боклаг, М. Бочкова, М. Бутка, О. Гарнаги, Б. Данилишина, А. Даниленка, Д. Добряка, Б. Єрофєєва, А. Крисака, В. Лобанова, А. Мартина, А. Мірошніченка, Л. Новаковського, В. Носіка, А. Погребного, А. Помази-Пономаренко, А. Третяка, М. Федорова, О. Ходаківської та ін. Дослідженню екологічних проблем сільськогосподарського використання земель присвячено праці багатьох науковців, серед яких: Є. Воробйов, В. Гаврилишин, С. Дорогунцов, Т. Ніколаєнко, О. Корчинська, А. Москаленко, В. Русан, О. Смаглій, О. Тараріко, В. Трегобчук, О. Фурдичко, М. Хвесик та ін. Незважаючи на вагомий науковий доробок у сфері екологізації сільськогосподарського землекористування та державної політики регулювання земельних відносин, ринкові трансформації, які нині залишаються невід'ємним складником розвитку національної економіки, зумовлюють необхідність поглиблених наукових розвідок щодо формування нормативно-правового забезпечення екологічно-безпечного використання земель відповідно до вимог та стандартів ЄС.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є формування нормативно-правового забезпечення екологічно-безпечного використання земель відповідно до вимог та стандартів ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відповідно до стратегії економічного розвитку «Європа 2020», економіка сільськогосподарства має включати три пріоритетні вектори розвитку:

- економіку, засновану на знаннях та інноваціях;
- підтримку у більш ефективному використанні ресурсів, ведення екологічно чистої і конкурентоспроможної діяльності;
- сприяння формуванню економіки сільськогосподарства з високою зайнятістю за рахунок об'єднання економічного, соціального і територіального складників. Ці три пріоритети є взаємодоповнюючими [1].

Адаптація законодавства України до законодавства ЄС є пріоритетним складником процесу інтеграції України до Європейського Союзу, що, своєю чергою, є одним із визначальних напрямів української зовнішньої політики, відповідно до Закону України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України

до законодавства Європейського Союзу» від 18.03.2004 № 1629-IV [2].

16.09.2014 Україна ратифікувала Угоду про асоціацію між Україною та ЄС [3] і стала на шлях розбудови ринкової економіки та наближення у перспективі до вступу в ЄС. Під час розроблення нормативно-правового забезпечення екологічно-безпечного землекористування прийнятною є лише демократична модель державної політики, яка відповідає усталеним директивам ЄС. Тому нормативно-правове забезпечення екологічно-безпечного землекористування повинне включати вимоги, визначені у директивах ЄС, що стосуються національних економічних інтересів. В основі інституційного підходу мають лежати принципи:

1) адаптивності законодавства до змін, що відбуваються в суспільстві і державі;

2) інтеграційного підходу до вирішення проблем суспільно-політичного життя держави у симбіозі з іншими проблемами;

3) ефективності, результативності й соціальної відповідальності.

Суб'єктами державної політики у сфері екологічно-безпечного землекористування є Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування. Також у розробленні нормативно-правового забезпечення можуть брати участь асоціації та інші об'єднання органів місцевого самоврядування, юридичні та фізичні особи, організації громадянського суспільства.

Правові норми ЄС у цілому та екологічні правові норми зокрема, які зобов'язують держав-членів уживати природоохоронних заходів, складаються з чотирьох основних груп законодавчих актів: директив, рішень, регламентів, рекомендацій та резолюцій [4].

Для впровадження в Україні європейських стандартів життя та виходу країни на провідні позиції суб'єктам господарювання, які функціонують у площині екологічно-безпечного землекористування, у своїй діяльності варто базуватися на Законі України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 15.01.2015 № 124-VIII [5] та низці ДСТУ [6]:

ДСТУ ISO 9001:2015 «Система управління якістю. Вимоги»;

ДСТУ 3278-95 «Система розроблення та поставлення продукції на виробництво. Основні терміни та визначення»;

ДСТУ 3973-2000 «Система розроблення та поставлення продукції на виробництво. Правила виконання науково-дослідних робіт. Загальні положення»;

ДСТУ ISO 16586:2005 «Якість ґрунту. Визначення об'ємної вологості ґрунту за відомою щільністю складення на суху масу. Гравіметричний метод»;

ДСТУ ISO 17126:2007 «Якість ґрунту. Визначення впливу забрудників на флору ґрунту»;

ДСТУ 2949-94 «Насіння сільськогосподарських культур. Терміни та визначення»;

ДСТУ 2240-93 «Насіння сільськогосподарських культур. Сортові та посівні якості. Технічні умови»;

ДСТУ 4138-2002 «Насіння сільськогосподарських культур. Методи визначення якості»;

ДСТУ 4524: 2006 «Гречка. Технічні умови»;

ДСТУ 4522: 2006 «Жито. Технічні умови»;

ДСТУ 6068: 2008 «Насіння соняшнику. Сортові та посівні якості. Технічні умови»;

ДСТУ 3768: 2009 «Пшениця. Технічні умови»;

ДСТУ ISO 10519:2008 «Насіння ріпаку. Визначення вмісту хлорофілу спектрометричним методом»;

ДСТУ 8138:2015 «Кормові культури. Насіння багаторічних бобових трав (конюшина гібридна, конюшина повзуча, лядвенець рогатий). Технологія вирощування. Загальні вимоги»;

ДСТУ 2155-93 «Енергозбереження».

Також велике значення для екологобезпечного використання земель мають міжнародні природоохоронні ініціативи: ISO 14000 «Система екологічного менеджменту» [7], який покликаний забезпечити нестійку рівновагу між збереженням рентабельності та зменшенням впливу компаній на довкілля, та ISO 26000 «Керівництво по соціальній відповідальності» [8], яке спрямоване на врегулювання відносин виробника, навколишнього середовища та суспільства.

Відповідно до Указу Президента України «Стратегія сталого розвитку «Україна 2020» від 12 січня 2015 р. № 5/2015, спільна аграрна політика має на меті поєднання трьох складників: економічного, екологічного та соціального [9]. Саме тому серед нормативно-правових актів, які мають лежати в основі екологобезпечного використання земель, на нашу думку, є такі: Міжнародна конвенція про захист рослин від 31.01.2006, Міжнародна конвенція з охорони нових сортів рослин 02.08.2006, Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 29.10.2010, Конституція України, Земельний, Лісовий, Водний, Цивільний та Господарський кодекси України, закони України: «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про безпечність та якість харчових продуктів», «Про Державний земельний кадастр», «Про оренду землі», «Про охорону земель», «Про державний контроль над використанням та охороною земель», «Про землеустрій», «Про оцінку земель», «Про відчуження земельних ділянок, інших об'єктів нерухомого майна, що на них розміщені, які перебувають у приватній власності, для суспільних потреб чи з мотивів суспільної необхідності», «Про меліорацію земель», «Про особисте селянське господарство», «Про фермерське господарство», «Про державну експертизу землепорядної документації», «Про екологічну експертизу», «Про охорону навколишнього природного

середовища», «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року»; розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції національної екологічної політики України на період до 2020 року» від 17.10.2007 № 880-р; Постанова ВРУ «Про Основні напрями державної політики України у галузі охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки» від 05.06.1997 [10].

Створення екологічно стійких агроландшафтів у межах окремих землекористувань базується на виконанні таких правових актів, як:

– Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію»;

– Закон України «Про підприємства в Україні»;

– Закон України «Про селянське (фермерське) господарство»;

– Закон України «Про власність»;

– Закон України «Про економічну самостійність України»;

– Закон України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві України»;

– Закон України «Про органічне виробництво»; проект закону «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції»;

– Закон України «Про насіння і садивний матеріал»;

– Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції»;

– Закон України «Про державну систему біобезпеки під час створення, випробування, транспортування та використання генетично модифікованих організмів» та ін. [10].

Усі товари, які імпортуються на митну територію ЄС, в обов'язковому порядку повинні відповідати всім вимогам Європейського Союзу, спрямованим на забезпечення захисту споживачів. Ці вимоги суттєво різняться залежно від конкретного товару, але у цілому можуть бути згруповані за такими напрямками: технічні, екологічні, у сфері санітарних та фітосанітарних заходів [11].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Діяльність сільськогосподарських товаровиробників нерозривно пов'язана з навколишнім середовищем, суспільством. Якщо раніше максимізація прибутку була єдиним результатом господарювання, то нині на перший план виходять екологічний та соціальний складники, а саме як виробництво тієї чи іншої продукції впливає на стан оточуючого середовища, як виробник турбується про добробут населення. Інтеграція виробника в економічний простір Європейського Союзу вимагає від нього виготовлення продукції відповідної якості. Саме в таких умовах і розвивається екологобез-

печне використання земель. Однак пережитки командно-адміністративної системи ставлять багато перепон на його шляху, тому створення відповідного нормативно-правового забезпечення, яке б поєднувало у собі європейський досвід та українські умови виробництва, при-

скорить процес проникнення товаровиробника на європейський ринок. Перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямі є обґрунтування дієвих інструментів, методів і форм інституційного забезпечення еколого-безпечного використання земель.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Europe 2020. A strategy for smart sustainable and inclusive growth. European Comission. 2010. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm (дата звернення: 03.11.2017).
2. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 18.03.2004 № 1629-IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1629-15> (дата звернення: 03.11.2017).
3. Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 16.09.2014 № 1678-VII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1678-18/paran2#n2> (дата звернення: 03.11.2017).
4. Грінченко О.О. Адаптація екологічного законодавства України в контексті вимог угоди про асоціацію між Україною та ЄС. URL: <http://www.kytm.edu.ua/vmv/v/p10-11/4.pdf> (дата звернення: 03.12.2017).
5. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: Закон України від 15.01.2015 № 124-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/124-19> (дата звернення: 03.12.2017).
6. Українське Агентство зі Стандартизації. URL: <http://uas.org.ua/ua/> (дата звернення: 11.12.2017).
7. ISO 14000 family – Environmental management. URL: <https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html> (дата звернення: 11.12.2017).
8. ISO 26000 - Social responsibility. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (дата звернення: 11.12.2017).
9. Про Стратегію сталого розвитку «Україна 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення: 12.12.2017).
10. База даних «Законодавство України». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 12.12.2017).
11. Основні вимоги законодавства ЄС до безпеки та якості товарів. URL: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua> (дата звернення: 12.12.2017).

УДК: 657.1:658

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ENSURING ECONOMIC SECURITY THROUGH COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY ITEMS

Коваль В.В.

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри прикладної економіки,
Одеський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного інституту

Редька О.З.

кандидат економічних наук,
викладач економічних дисциплін,
Технічний коледж Тернопільського національного
технічного університету імені Івана Пулюя

В статті досліджуються питання взаємозалежності і впливу на економічну безпеку інтелектуального потенціалу та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Проаналізовано частку підприємств з інноваційною діяльністю в залежності від розміру та рівня інноваційності. Виокремлені основні процеси комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та сформовано організаційну схему представлення об'єктів інтелектуальної власності до комерціалізації. Запропоновано методичні підходи по залученню об'єктів інтелектуальної власності в господарський оборот підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, інтелектуальний потенціал, об'єкт інтелектуальної власності, комерціалізація, інноваційний розвиток.

В статье исследуются вопросы взаимозависимости и влияния на экономическую безопасность интеллектуального потенциала и коммерциализации объектов интеллектуальной собственности. Проанализированы предприятия с инновационной деятельностью в зависимости от размера и уровня инновационности. Выделены основные процессы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и сформирована организационная схема представления объектов интеллектуальной собственности к коммерциализации. Предложены методические подходы по привлечению объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность, интеллектуальный потенциал, объект интеллектуальной собственности, коммерциализация, инновационное развитие.

The article deals with the issues of interdependence and the impact on the economic security of intellectual potential and the commercialization of intellectual property. The share of enterprises with innovative activity is analyzed, depending on the size and level of innovation. The basic processes of commercialization of intellectual property objects are identified and the organizational scheme of representation of intellectual property objects for commercialization is formed. Methodical approaches for attracting objects of intellectual property into economic turnover of the enterprise are offered.

Key words: economic security, intellectual potential, intellectual property item, commercialization, innovative development.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки країни інтелектуальний потенціал та його складові і ресурси обумовлюють сталий розвиток народного господарства та стимулюють до інноваційної діяльності й забезпечення економічної безпеки країни в цілому.

На інноваційну діяльність підприємств впливає значна кількість чинників зовнішнього середовища. Але не потрібно забувати, що ефективна діяльність значною мірою залежить і від них самих, тобто від чинників внутрішнього середовища. Основними з яких є ефективно управ-

ління персоналом підприємства, раціональне використання трудових ресурсів, які визначають ефективність виробництва та є вирішальними у розв'язанні всіх інших проблем підприємства. [1, с. 33-34].

Дослідження результатів інноваційної діяльності в сучасних умовах обумовлює необхідність виявлення сутності і аналізу форм комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ). А важливим питанням для забезпечення економічної безпеки підприємства є залучення та раціональне використання інтелектуальної власності в господарському обороті, саме тому необхідно проаналізувати властивості ОІВ як товару і виявити його специфіку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичним питанням та методологічним засадам щодо ОІВ, а також впливу на економічне зростання й національну безпеку держави багато уваги було приділено у публікаціях вітчизняних і зарубіжних науковців, а саме: Азгальдов Г. Г., Базанчук Е. А., Бойко О.В. [1; 4], Косенко А. В., Перерва П.Г. [5], Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. [9] та інші. Однак, вищезгадані автори та огляд численних джерел показав, що розглядалися лише інтелектуальна складова та безпека інтелектуальної власності щодо захищеності від недобросовісної конкуренції, але не акцентувалась увага

на комерціалізації ОІВ та її впливу на діяльність підприємства в цілому.

Формулювання цілей дослідження (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження інтелектуального потенціалу підприємства та розроблення методичних рекомендацій по залученню об'єктів інтелектуальної власності в господарський оборот. Поставлена мета зумовила вирішення наступних завдань: виявити проблеми теорії і практики комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та їх вплив на економічну безпеку країни. Дослідити основні процеси комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Сформувати складові організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Домінування технологічної орієнтації економіки і використання інтелектуальних ресурсів виступає компенсатором низького рівня природних ресурсів для більшості розвинутих країн. Тому трансформація сировинної моделі економіки у стратегічному напрямку технологічного розвитку обумовлює посилення інноваційної діяльності всіх суб'єктів на основі розвитку їх інтелектуального потенціалу. Рівень інтелектуальних можливостей впливає на економічну безпеку через використання і відтворення інтелектуального потенціалу та інноваційного розвитку галузей економіки.

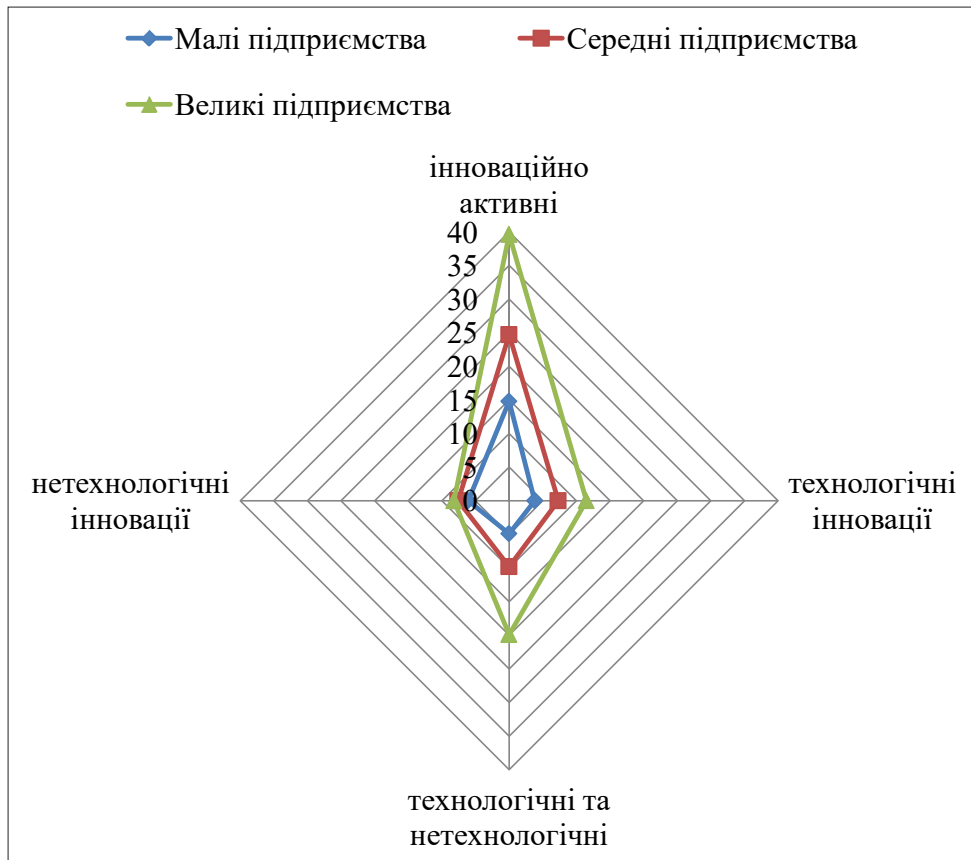


Рис. 1. Зв'язок між розміром підприємства і його рівнем інноваційності, %

*побудовано авторами на основі [2].

Частка підприємств з інноваційною діяльністю за 2016 рік становила 18,4% та в порівнянні із 2010 роком зменшилась на 3,6%, проте за цей період зросла частка підприємств, які здійснювали технологічні інновації з 9,8% до 11,8% [2]. На рис. 1 відображено зв'язок між розміром підприємства і його рівнем інноваційності.

Варто відзначити, що через зростання рівня складності технологічних процесів посилення інноваційної діяльності пов'язано із необхідністю підвищення як кваліфікації персоналу, так і його кількістю, що підтверджується найвищою часткою інноваційних підприємств саме серед великих підприємств і в майже у 2,5 рази перевищує малі підприємства [2].

Інтелектуальний потенціал має важливе значення для технологічно розвитку національної економіки, проте доцільно виокремити зв'язок також в напрямку залежності інтелектуальних ресурсів та економічної безпеки держави.

Така залежність проявляється у необхідному рівні кваліфікації персоналу і кількості компетентних працівників для проведення інноваційної діяльності підприємствами з одного боку, так і рівнем інтелектуальної міграції. Перше пов'язано

із впливом науково-технічної, інноваційної та освітньої політики держави, яка має бути пристосована до сучасних запитів ринку праці, а інтелектуальна міграція викликана неможливістю державної економічної політики забезпечити потреби висококваліфікованих працівників, які виїжджають закордон. Останнє значно впливає на економічну безпеку, оскільки через еміграцію відбувається зменшення інтелектуального потенціалу із поступовою демографічною та трудовою деградацією в різних галузях економіки як на рівні регіону, так й народного господарства.

На рис. 2 відображено міграційний рух населення у січні-квітні 2018 року без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Зменшення на 14% за останні роки економічно активного населення засвідчує посилену тенденцію до еміграції, переважно до країн Європейського Союзу. В структурі трудової міграції переважають мігранти, які мають вищу (37-39%) або середню (спеціальну) освіту (40-45%).

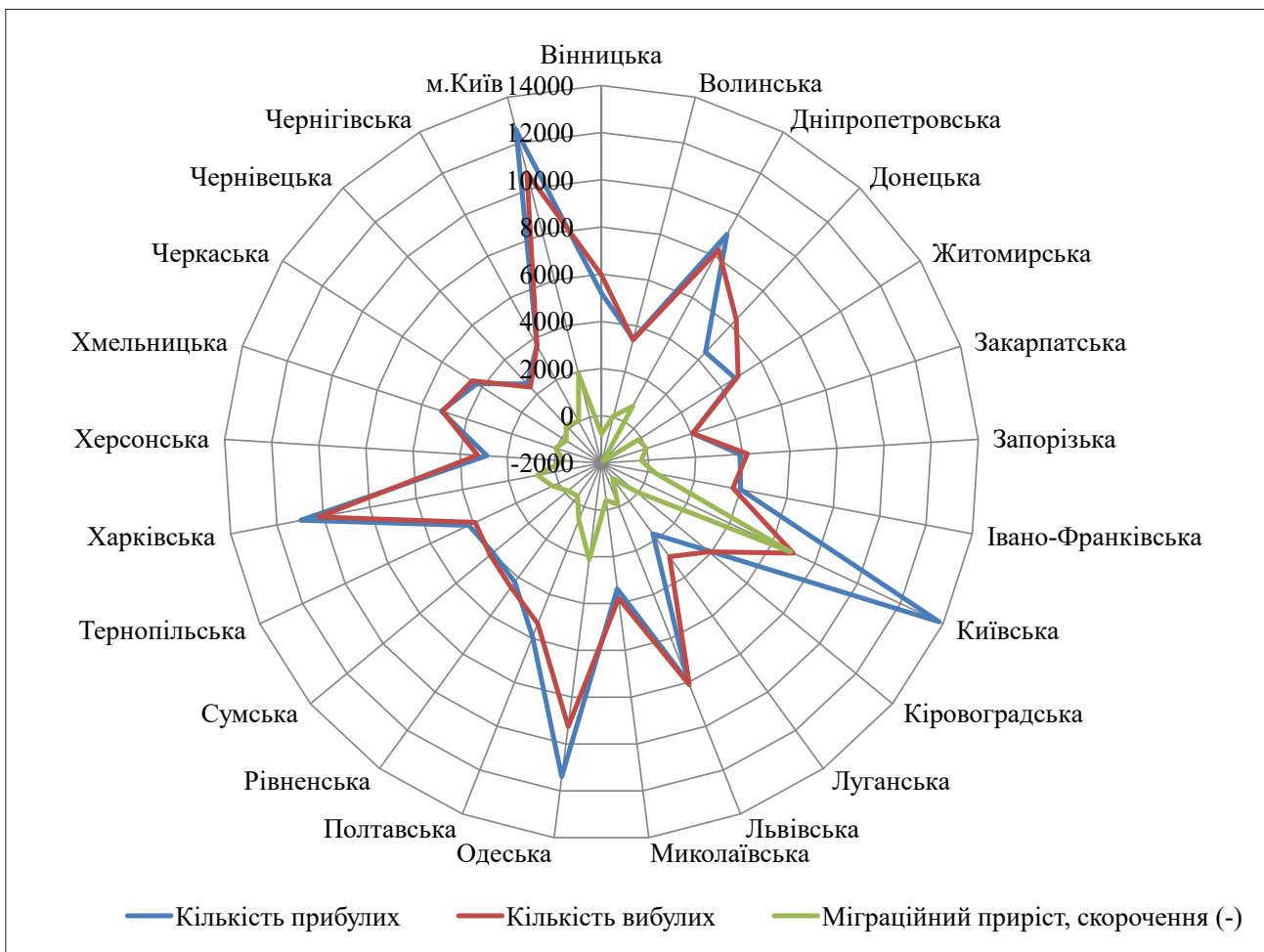


Рис. 2. Міграційний рух населення у січні-квітні 2018 року

*побудовано авторами на основі [3].

Крім того, звуження можливостей для економічного розвитку через зменшення інтелектуального потенціалу сприяє посиленню загроз економічній безпеці:

1. В наслідок еміграції висококваліфікованих працівників (інженерів, науковців тощо) в різних галузях економіки (оборонно-промисловий комплекс та інші) знижується науково-технічного потенціал.

2. Переважання міграційного приросту останніми роками продукує зростання безробіття та можливої криміналізації сфери трудових відносин.

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що результати інноваційної діяльності та продукти інтелектуальної власності, які залежать в т.ч. і від інтелектуального потенціалу, впливають на економічну безпеку та тісно пов'язані із існуючою інституційною формою та формалізацією організаційного механізму представлення ОІВ до комерціалізації, що на практиці дозволяє уникнути помилок при здійсненні угод з інтелектуальними активами і в цілому підвищити ефективність процесу комерціалізації продуктів інтелектуальної праці.

Економічна безпека на основі інтелектуальної власності та сучасна практика господарювання передбачає такий порядок дій з ОІВ. Спочатку власник об'єкту інтелектуальної власності визначається в шляхах ефективного комерційного використання цього ресурсу в господарській діяльності, а потім, якщо буде вибрано напрямок самостійного використання ОІВ, розглядає можливість включення даного об'єкту в активи підприємства, тобто постановку на бухгалтерський облік до складу нематеріальних активів або включає в статутний капітал.

Деякі економісти вважають, що більш доцільно включати об'єкти інтелектуальної власності в нематеріальні активи, послідовно відповідаючи на наступний перелік питань щодо виду права інтелектуальної власності для врахування [4, с. 108-110] у складі нематеріальних активів, а також як окремої облікової одиниці та відображення на бухгалтерському рахунку "Нематеріальні активи" (НМА) з окремими вартісними оцінками.

У загальному вигляді відповіддю на всі ці питання буде твердження, що включати до складу нематеріальних активів слід будь-які права на ОІВ, які володіють обіговістю. Ця властивість інтелектуальної власності може мати місце лише при наявності наступних характеристик: відсутності загальнодоступності; забезпечення ліцензійних умов за умови обміну та вартості.

Щоб переконатися в правильності цієї точки зору, необхідно розглянути випадки використання об'єктів інтелектуальної власності, в яких вони демонструють свою обіговість [5, с. 11-13].

– купівля-продаж права на ОІВ по ліцензійних угодах і т.ін;

– постановка створених на підприємстві ОІВ на його баланс;

– формування статутного капіталу підприємства з включенням в нього ОІВ;

– передача прав на ОІВ як застава при кредитуванні;

– мінімізація оподаткування прибутку;

– оцінка часток власності при злитті і роз'єднанні підприємств і організацій;

– страхування майна і майнових прав, що містять ОІВ;

– спадкоємство прав правонаступниками.

Даний перелік можна доповнити ще одним істотним моментом забезпечення економічної безпеки на основі комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Так, відповідно до законодавства України, автором ОІВ визнається фізична особа, працею якої цей об'єкт створений, і право авторства є невідчужуваним особистим правом [6]. Закон "Про авторське право і суміжні права" визначає право автора як особисте немайнове і указує на те, що воно зберігається за ним у разі поступки виняткових прав на використання ОІВ [6]. Таким чином, можна зробити висновок, що на стадії отримання нововведення всі права на даний об'єкт, як майнові, так і немайнові, належать авторові – індивідууму, а даний об'єкт інтелектуальної власності є "ноу-хау". Необхідність передачі частини прав (майнових) на ОІВ наглядно демонструє обіговість ОІВ або, точніше, економічні переваги, що виникають при використанні ОІВ в господарській діяльності. Дане уявлення розширює розуміння питань про доцільність включення і участі ОІВ у виробничо-комерційній діяльності підприємства.

Вирішуючи проблему доцільності участі об'єктів інтелектуальної власності в господарському обороті, слід виходити з позиції, що включати в господарський обіг потрібно будь-які права на об'єкти інтелектуальної власності, які мають економічну значущість. Виявлення економічної значущості в забезпеченні економічної безпеки об'єктів інтелектуальної власності можливо через проведення оцінки ринкової вартості даного об'єкту, тобто, якщо вона присутня, це може служити фактом можливості отримання на основі даного об'єкту доходу або економічних переваг в бізнесі.

Разом з тим, проблема полягає в можливості врахування даного активу за ринковою вартістю і відповідного списання зносу. З цього приводу ми пропонуємо на розгляд два методичних підходи по залученню об'єктів інтелектуальної власності в господарський оборот підприємства, в тому числі трансферту технологій [9].

В рамках першого підходу включають вартість об'єктів інтелектуальної власності до складу майна підприємства за ринковою вартістю. Законодавство України передбачає включення в собівартість амортизації не тільки основних фондів, але й нематеріальних активів по нормах амортизаційних відрахувань, виходячи

з первинної вартості і строку їх корисного використання [8; 9].

Важливість і необхідність врахування у бухгалтерському обліку об'єктів інтелектуальної власності за їх ринковою вартістю оцінка яких ускладнена із-за специфічності таких об'єктів, що впливає на забезпечення економічної безпеки [9].

В рамках другого підходу вартість об'єктів інтелектуальної власності визначають на основі переоцінки чи інвентаризації як складових нематеріальних активів. Результати такої оцінки вартості об'єкту інтелектуальної власності характеризуються витратами на створення за ринковою чи або інвестиційною вартістю [7, с. 140-141].

Відзначені підходи підтверджують важливість урахування та підвищення рівня розвитку послуг у сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності із їх оцінкою впровадження для забезпечення економічної безпеки на основі стану захищеності всіх продуктів інтелектуальної власності та ефективності залучення об'єктів інтелектуальної власності в господарський оборот.

Висновки. Забезпечення економічної безпеки у сфері інтелектуальної власності на основі комерціалізації об'єктів інтелектуаль-

ної власності характеризується неправомірним використанням ОІВ. Основними напрямками забезпечення економічної безпеки на основі інтелектуального потенціалу виступають:

1. Удосконалення науково-технічної, інноваційної та освітньої політики відповідно сучасних реалій розвитку країни.

2. Законодавче забезпечення інтелектуальної власності як об'єкта інноваційної діяльності.

3. Утримання об'єктів інтелектуальної власності з метою використання при виробництві, як продуктів кінцевого вжитку, так і факторів виробництва.

Оскільки, ефективне використання інтелектуальних ресурсів та забезпечення комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності сприяє досягненню ринкових переваг над конкурентами, то інтелектуальний потенціал та інтелектуальна власність стає ключовим джерелом і фактором виробництва на ринку. Все це стає можливим тільки при наявності ефективного і зручного в користуванні механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), зміст якого в нашій країні нагально потребує свого розвитку і вдосконалення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойко О.В., Редька О.З. Факторний аналіз індикаторів економічної безпеки машинобудівного комплексу країни. *Економіка: реалії часу*. 2009. № 3(25). С. 30-37.
2. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014–2016 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
3. Офіційний сайт державної служби статистики [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Карпова Н. Н., Азгальдов Г. Г., Базанчук Е. А., Шаранова Н. А. Практика оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности (учебно-методическое пособие). М: "Мир бизнеса", 2010 г.
5. Косенко А. В., Перерва П.Г. Развитие организационного механизма комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на основі функціонального підходу. *Економіка розвитку*. Харків: ХНЕУ. 2009. №1(49). С. 11-16.
6. Закон України "Про охорону прав на винаходи і корисні моделі" від 15 грудня 1993 року № 3687.
7. Павленко В. Г. Зарубежный опыт коммерциализации интеллектуальной собственности. *Человек. Сообщество. Управление*. 2009. № 1. С. 134–141.
8. Про затвердження Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 липня 1996 р. N 830. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/830-96-n/card6#Public>
9. Перерва П.Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. Трансфер технологій. Монографія. Харків-Мишкольц : НТУ «ХПИ», 2012. 599с.
10. Koval V., Bublik M., Redkva O. Analysis impact of the structural competition preconditions for ensuring economic security of the machine building complex. *Marketing and Management of Innovations*. 2017. № 4. 229 – 240. doi: 10.21272/mmi.2017.4-20

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ РЕГІОНАХ

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UKRAINE AND ITS REGIONS

Кухарук Н.В.

студентка,

Луцький національний технічний університет

Кривов'язюк І.В.

кандидат економічних наук,

професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,

Луцький національний технічний університет

У статті визначено тенденції розвитку підприємницької діяльності в Україні. Проаналізовано структурні зміни у сфері підприємництва. Розкрито характерні особливості розвитку підприємництва в розрізі регіонів. Проаналізовано стан підприємницької діяльності в регіонах України. Здійснено SWOT-аналіз розвитку підприємництва в Україні. Запропоновано шляхи активізації підприємництва в Україні та її регіонах.

Ключові слова: розвиток, підприємництво, структурні зміни, підприємницька активність, SWOT-аналіз, регіони, Україна.

В статье определены тенденции развития предпринимательской деятельности в Украине. Проанализированы структурные изменения в сфере предпринимательства. Раскрыты характерные особенности развития предпринимательства в разрезе регионов. Проанализировано состояние предпринимательской деятельности в регионах Украины. Осуществлен SWOT-анализ развития предпринимательства в Украине. Предложены пути активизации предпринимательства в Украине и ее регионах.

Ключевые слова: развитие, предпринимательство, структурные изменения, предпринимательская активность, SWOT-анализ, регионы, Украина.

The tendencies of development of entrepreneurial activity in Ukraine are described in the article. Structural changes in the sphere of entrepreneurship are analyzed. The characteristic features of entrepreneurship development in the context of regions are revealed. The state of entrepreneurial activity in the regions of Ukraine is analyzed. SWOT analysis of entrepreneurship development in Ukraine is carried out. The ways of activation of entrepreneurship in Ukraine and its regions are offered.

Key words: development, entrepreneurship, structural changes, entrepreneurial activity, SWOT-analysis, regions, Ukraine.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Підприємництво відіграє особливу роль у розвитку будь-якої країни, прискорюючи рух економіки шляхом підвищення ефективності та постійного оновлення, й Україна тут не є винятком. Нагромаджений досвід усіх індустріально розвинутих країн із ринковою економікою беззаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного зростання.

Слід відзначити, що розвиток підприємницьких структур сприяє вирішенню гострих для економіки економічних і соціальних проблем не стільки на рівні країни, скільки на рівні її окремих регіонів, адже саме там формується підприємницьке середовище, тому пошук шляхів

активізації розвитку підприємництва на основі дослідження наявних тенденцій, структурних змін та особливостей розвитку підприємницької діяльності як у країні, так і в її окремих регіонах є важливим й актуальним завданням сьогодення з декількох позицій. По-перше, це дає змогу виявити загрози та можливості, слабкі та сильні сторони підприємництва в країні. По-друге, виступає основою розроблення програм соціально-економічного розвитку окремо взятих регіонів і країни у цілому. По-третє, виступає базисом подальшого поживлення економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженням даної проблематики займалися багато вчених сучасності. Так, у роботі М. Владимирової

та І. Зубенко [1] підприємництво розкривається як фактор динамізму ринкової економіки, представлена модель його функціонування. Аналізуючи сучасний стан підприємництва в Україні, Л. Капранова [2] деталізує законодавчо-нормативну базу регулювання підприємництва, його основні ознаки, динамізм і структуру, регіональний розподіл суб'єктів підприємництва, проблеми та перешкоди на його розвитку, негативні тенденції розвитку. З. Кобеля та І. Антохова [3] вивчають можливості стимулювання розвитку підприємництва в Чернівецькій області. У доповіді М. Кравченко [4] за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції аналізуються не лише проблеми розвитку підприємництва в Україні, а й звертається увага на порівняльні аспекти динамізму показників, зокрема з передовими європейськими країнами. Заслуговує на увагу науковий доробок Н. Скоробогатової [5], де поряд з аналізом структурних змін ключових факторів розвитку підприємництва здійснено кореляційний аналіз основних показників їхньої діяльності. Авторкою зроблено висновок, що спрощення умов ведення підприємницької діяльності мало для України неоднозначний характер. О. Скорук [6] аналізує динаміку кількості суб'єктів підприємництва в період 2010–2015 рр., визначає її регіональні аспекти, а також виділяє проблеми та шляхи стимулювання розвитку підприємництва в Україні. Цікавим є й досвід, представлений у [7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Як бачимо, дослідження засад розвитку підприємництва є предметом обговорення та дискусій у науковому середовищі, проте все ще існують невирішені питання у даній тематиці. Зокрема, недостатньо повно здійснено аналіз тенденцій розвитку підприємницької діяльності, до того ж їх слід привести до сучасних реалій господарювання. Потребує більш глибокого вивчення процес структурних змін у сфері підприємництва.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Зважаючи на визначений стан, доцільним є аналіз характерних особливостей розвитку підприємництва в розрізі регіонів України. Вивчення проблем і перешкод на шляху розвитку підприємництва є підґрунтям здійснення його SWOT-аналізу, а також виокремлення шляхів активізації підприємництва в Україні та її регіонах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням

отриманих наукових результатів. Аналіз стану підприємництва в Україні на основі даних статистичної інформації [8] дає змогу до кола тенденцій, які на сучасному етапі характеризують його розвиток, віднести такі:

– на тлі скорочення загальної кількості великих, середніх та малих підприємств значно зростає кількість фізичних осіб – суб'єктів під-

приємницької діяльності (у 2016 р. у структурі загальної кількості суб'єктів господарювання підприємства – 16,4%, а фізичні особи – підприємці – 83,6%);

– різке зниження кількості суб'єктів підприємницької діяльності (за останні шість років їх кількість знизилася на 318 398 одиниць, або на 14,58%); скорочення чисельності персоналу суб'єктів підприємницької діяльності за аналізований період (з 7 836,4 тис. осіб у 2010 р. до 5 713,9 тис. осіб у 2016 р.);

– збільшується обсяг реалізованої продукції (з 3 366 228,2 млн. грн. у 2010 р. до 6 237 535,2 млн. грн. у 2016 р.).

Формування та розвиток підприємництва в Україні також залежить від наявної нормативно-правової бази, яка стримує підприємницьку ініціативу. На жаль, на сучасному етапі в Україні державні органи влади не сприяють інтенсивному стимулюванню громадян до здійснення власної справи, це можна пояснити недосконалістю законодавчої бази, а також відсутністю довіри до держави, економічною нестабільністю та незахищеністю тощо.

Результати дослідження показали, що структурні зміни у сфері підприємництва впродовж 2010–2016 рр. є незначними (рис. 1). У своїй основі найбільша частка суб'єктів підприємництва припадає на мікропідприємства (у 2010 і 2016 рр. вона відповідно становить 79,31% і 80,85%) [8].

У своїй структурі знизилася частка працівників на великих підприємствах протягом 2010–2016 рр. на 2,81%, незначне зниження частки персоналу відбулося у малих підприємствах – 0,38%, при цьому збільшилася частка персоналу на середніх (на 2,57%) та мікропідприємствах (на 0,62%), що можна пояснити поступовим зростанням ролі останніх, а також трансформацією організаційно-правових форм господарювання.

Аналіз динаміки обсягів реалізованої продукції показав, що лідерами в реалізації продукції є великі та середні підприємства, хоча й частка реалізованої продукції серед суб'єктів підприємства на великих підприємствах знизилася на 3,30% у 2016 р. порівняно з 2010 р. Слід відзначити, що у цей період зросла частка реалізованої продукції малими підприємствами та мікропідприємствами. Частково це може свідчити про зростання їх ролі, але більшою мірою можна пояснити значними втратами сектору середніх і великих підприємств через розрив зв'язків із Росією, яка була одним із найбільших імпортерів української продукції, через війну на сході України.

У розрізі регіонів розвиток підприємництва на сучасному етапі має свої характерні особливості [9]: концентрація основних потужностей в обласних центрах і містах; зниження рівня підприємницької активності на сході України та в АР Крим унаслідок політичного конфлікту;

1. Структура суб'єктів підприємницької діяльності

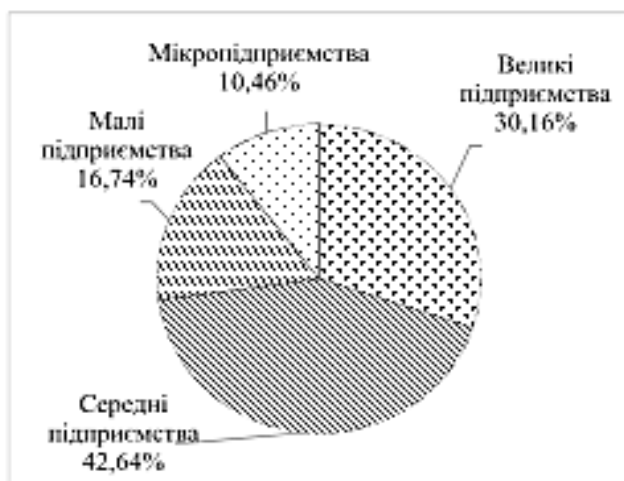


а) у 2010 році;



б) у 2016 році.

2. Структура зайнятих працівників за суб'єктами підприємницької діяльності



а) у 2010 році;



б) у 2016 році.

3. Структура реалізованої продукції за суб'єктами підприємницької діяльності



а) у 2010 році;



б) у 2016 році

Рис. 1. Динамізм розвитку підприємницької діяльності в Україні протягом 2010–2016 рр. [8]

є проблеми, пов'язані з відсутністю змін структури промислового комплексу регіонів (для більшості регіонів характерна спеціалізація в одній-двох сферах); відсутність координації й упорядкування функцій різних об'єктів інфраструктури з боку органів місцевої влади перешкоджають формуванню сприятливого підприємницького середовища в регіонах; галузевий принцип управління економіки і, як наслідок, стимулювання лише базових областей, що мають високий ступінь територіальної локалізації, а також недостатньо інтенсивна співпраця між регіонами; несиметричність впливу держави через наявні механізми на розвиток підприємництва різних регіонів.

Динаміка розвитку підприємницької діяльності в розрізі регіонів України відображена в табл. 1.

Найбільша кількість підприємств протягом 2010–2016 рр. лишається у Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Львівській, Одесь-

кій та Харківській областях, а також у м. Київ. При цьому найменша кількість підприємств – у Волинській, Сумській, Тернопільській, Чернігівській та Чернівецькій областях. Найбільша кількість великих підприємств у 2016 р. у таких областях: Дніпропетровська (47 од.), Донецька (32 од.), Запорізька (19 од.), Київська (34 од.) та м. Київ (116 од.); найменша кількість – у Тернопільській та Чернівецькій областях – по 1, Закарпатській, Кіровоградській та Херсонській областях – по 2, у Рівненській – 3.

Найбільша чисельність персоналу в діяльності підприємств у 2016 р. зайнята в м. Київ – 1 595,7 тис. осіб, що зумовлено зосередженістю тут найбільшої кількості підприємств. Найменше працівників зайнято у Закарпатській (80,4 тис. осіб), Рівненській (83,8 тис. осіб), Тернопільській (71,1 тис. осіб), Херсонській (81,6 тис. осіб) і Чернівецькій (48,6 тис. осіб) областях, що характерно для низькоурбанізованих та районів із низькою кількістю населення.

Таблиця 1
Розвиток підприємницької діяльності в Україні по регіонах протягом 2010–2016 рр. [2]

Області	Кількість підприємств, од.		Кількість зайнятих працівників, тис. осіб		Кількість найманих працівників, тис. осіб		Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн. грн.	
	2010 р.	2016 р.	2010 р.	2016 р.	2010 р.	2016 р.	2010 р.	2016 р.
АР Крим	14742	-	265,4	-	255,3	-	55225,1	-
Вінницька	7982	8645	171,4	145,3	168,8	142,2	26323,4	119265,4
Волинська	5202	5041	118,1	99,5	116,0	97,6	37912,0	104722,7
Дніпропетровська	27383	25584	762,5	593,1	748,0	586,7	382203,6	672187,0
Донецька	27385	10483	920,1	314,0	916,2	311,6	499222,6	341559,4
Житомирська	6329	5930	141,9	114,4	140,3	112,7	22820,0	73595,1
Закарпатська	5793	5058	102,6	80,4	99,9	78,2	20237,4	40595,2
Запорізька	14588	13474	327,4	258,9	322,4	254,1	106893,4	217571,0
Івано-Франківська	7658	6883	100,0	91,5	98,6	89,2	30503,3	67553,5
Київська	15256	17830	337,7	332,4	331,3	328,2	144435,6	388390,8
Кіровоградська	6782	7205	107,4	92,6	103,9	89,4	26131,9	73764,0
Луганська	10926	3526	376,6	104,4	373,2	103,3	104822,2	48333,1
Львівська	20343	15586	403,8	282,2	398,5	278,1	98047,1	204777,8
Миколаївська	11227	10051	152,7	119,6	147,5	115,0	46809,1	120058,6
Одеська	24972	21004	392,4	268,4	379,8	262,3	132574,6	278746,2
Полтавська	9565	8989	237,6	219,6	234,2	216,9	101680,5	210535,9
Рівненська	5098	4697	107,0	83,8	103,8	82,2	20305,9	49287,3
Сумська	5380	5287	139,8	110,9	138,3	109,4	25232,9	70196,5
Тернопільська	4729	4249	89,1	71,1	87,6	69,5	17267,5	46305,2
Харківська	25792	20435	466,0	344,4	463,5	339,7	147365,1	273116,5
Херсонська	7179	7171	110,4	81,6	106,6	78,6	26734,2	55522,1
Хмельницька	6489	6228	128,8	105,6	124,0	103,2	22369,1	66618,7
Черкаська	7298	8050	160,7	129,3	156,4	126,3	45686,7	117835,6
Чернівецька	5313	3500	66,5	48,6	64,9	47,3	10321,4	20686,0
Чернігівська	5183	5236	125,6	98,2	123,3	96,5	22057,4	76473,0
м. Київ	86314	76227	1592,9	1611,3	1580,5	1595,7	1163859,0	2499838,6
м. Севастополь	3902	-	53,8	-	53,6	-	19187,2	-
Всього	378810	306369	7958,2	5801,1	7836,4	5713,9	3356228,2	6237535,2

Аналізуючи динаміку обсягів реалізованої продукції, варто відзначити, що найбільша реалізація у Дніпропетровській області – 672 187,0 млн. грн., а також у м. Київ – 2 499 838,6 млн. грн. Найменше реалізували Закарпатська (40 595,2 млн. грн.), Рівненська (49 287,3 млн.), Тернопільська (46 305,2 млн.), та Чернівецька (20 686,0 млн. грн.) області. Зниження обсягу реалізації було в Донецькій та Луганській областях як наслідок бойових дій на сході України. Також спостерігається відсутність у 2016 р. обсягів реалізованої продукції в АР Крим та м. Севастополі в результаті окупації території. Проте не можна однозначно сказати про збільшення обсягу реалізованої продукції в Україні на 85,85% за шість років, оскільки варто врахувати інфляційні процеси, а також різку девальвацію національної валюти.

Результати SWOT-аналізу розвитку підприємництва в Україні показали, що його розвиток на сучасному етапі перебуває в депресивному стані як в Україні, так і в регіонах, а наявні слабкі сторони внутрішнього середовища підприємництва та загрози зовнішнього середовища практично нівелюють наявні сильні сторони та можливості його розвитку (табл. 2). А отже, для активізації підприємницької діяльності та розвитку української економіки першочерговим завданням є стимулювання підприємницької ініціативи.

Виділені сильні і слабкі сторони підприємництва, а також виявлені можливості та загрози для його розвитку дали змогу виявити шляхи активізації підприємництва в регіонах України.

Для розвитку підприємництва на регіональному рівні доцільним буде створення регіональних студій підприємницької майстерності, використання механізму активізації розвитку підприємницького середовища, реалізувати стратегію розвитку інфраструктурного забезпечення цього сектору, що вбачатиме створення центрів консалтингової підтримки підприємців, центрів приватного партнерства, центрів інформаційного обслуговування підприємницьких структур, де будуть сформовані всі умови для стимулювання підприємницької ініціативи. Своєю чергою, реалізована підприємницька ініціатива буде базою для виникнення нових ідей, нових знань, нових спеціальностей, нових форм взаємодії з контрагентами, нових підходів до захисту соціально-трудова відносин, нових методів регулювання підприємницької діяльності, а також сприятиме розвитку економіки регіонів та країни у цілому. Шляхом стимулювання підприємницької ініціативи розвиватиметься й інноваційна активність у регіоні [10].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У статті вирішено важливе наукове завдання

Таблиця 2

SWOT-аналіз розвитку підприємництва в Україні

Зовнішнє середовище	<p>Можливості</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Спрощений режим реєстрації фізичних осіб – суб'єктів підприємництва. 2. Спрощена система оподаткування для фізичних осіб – суб'єктів підприємництва. 3. Вільний ринок для національного виробника. 4. Вихід на закордонні ринки. 	<p>Загрози</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання податкового тиску впродовж 2010–2016 рр. 2. Зростання політичної і економічної нестабільності. 3. Погіршення демографічних показників. 4. Прийняття законодавчих обмежень.
Внутрішнє середовище		
<p>Сильні сторони</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення обсягів реалізації продукції. 2. Збільшення кількості фізичних осіб – суб'єктів підприємництва. 3. Відкритий доступ до освіти. 4. Доступ до природних ресурсів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток підприємницької ініціативи. 2. Створення регіональних студій підприємницької майстерності. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вдосконалення нормативно-законодавчої бази. 2. Запровадження механізму державних замовлень.
<p>Слабкі сторони</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обмежені можливості в залученні коштів. 2. Використання застарілих технологій та обладнання. 3. Низький рівень стимулювання персоналу. 4. Скорочення загальної кількості суб'єктів підприємництва та найманих і зайнятих працівників на них. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підтримка державними органами влади. 2. Пільгове оподаткування та кредитування. 3. Організація системи підготовки та перепідготовки підприємців і фахівців для сфери підприємництва. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток підприємницького середовища. 2. Реалізація цільових регіональних програм підтримки в розрізі вдосконалення стратегії розвитку.

дослідження стану та перспектив розвитку підприємництва в Україні та її регіонах.

Аналіз підприємницької діяльності дав змогу встановити, що на сучасному етапі розвитку підприємництва на тлі збільшення чисельності фізичних осіб – підприємців скорочується загальна чисельність підприємств – суб'єктів підприємництва. Аналіз структурних змін у сфері підприємництва вказує на незначні зрушення позитивного характеру, переважання у загальній структурі частки мікропідприємств. Недоліком є те, що внаслідок суттєвого скорочення частки великих та середніх підприємств скорочується чисельність зайнятих та найманих працівників у всіх областях України, окрім м. Київ. Також варто відзначити, що зростає обсяг реалізованої продукції у вартісному вимірі, проте це не можна визнати позитивним явищем унаслідок інфляційних процесів, адже обсяг продукції в натуральних вимірниках суттєво скорочується.

Аналіз розвитку підприємництва в розрізі регіонів показав, що для східних регіонів характерне зниження підприємницької активності, також у регіонах характерний галузевий розпо-

діл суб'єктів підприємництва, високий ступінь територіальної локалізації підприємницьких структур в обласних центрах і містах. Найвищі показники щодо концентрації підприємств, найманого персоналу та обсягів реалізованої продукції характерні для таких регіонів, як Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Львівській, Одеській та Харківській, а також м. Київ.

Результати SWOT-аналізу розвитку підприємництва в Україні дали змогу виявити сукупність сильних та слабких сторін розвитку підприємництва у взаємозв'язку з його можливостями та загрозами. Встановлено, що негативні чинники практично нівелюють сильні сторони та можливості розвитку підприємництва в Україні. Шляхами активізації розвитку підприємництва слід розглядати вдосконалення підприємницького середовища через розвиток інфраструктурних утворень та створення можливостей для стимулювання підприємницької ініціативи.

Подальші дослідження з питань розвитку підприємництва слід спрямувати в напрямі вивчення впливу підприємницької ініціативи та інноваційної активності в регіонах України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Владимірова М.С., Зубенко І.В. Підприємництво як фактор динамізму ринкової економіки. Молодий вчений. 2017. № 5(45). С. 517–520.
2. Капранова Л.Г. Сучасний стан підприємництва в Україні. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки». 2016. Вип. 31(1). С. 315–325.
3. Кобеля З.І., Антохова І.М. Стимулювання розвитку підприємництва в Україні. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 6. С. 48–60.
4. Кравченко М.С. Сучасні проблеми розвитку підприємництва в Україні. Проблеми та перспективи розвитку економіки Донбасу і Приазов'я: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Маріуполь, 25–26 травня 2017 р.). Маріуполь, 2017. С. 204–205.
5. Скоробогатова Н.Є. Проблеми розвитку підприємництва в реаліях української економіки. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. № 4(60). С. 119–154.
6. Скорук О.В. Стан та проблеми розвитку підприємництва в Україні. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. Вип. 2. С. 107–110.
7. Кривов'язюк І.В. Концепт створення регіональних студій підприємницької майстерності. Молодий вчений. 2017. № 3(43). С. 698–701.
8. Діяльність суб'єктів великого, середнього малого та мікропідприємництва / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Балацький О., Теліженко О., Кислий В. та ін. Теоретичні і методичні питання оцінки і прогнозування економічного потенціалу соціально-економічних систем. Звіт про науково-дослідну роботу. Суми, 2010. 123 с.
10. Кривов'язюк І.В., Кухарук Н.В. Теоретичні засади розвитку підприємницького середовища в умовах децентралізації економіки. Економічний форум. 2017. № 3. С. 51–56.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DAIRY PRODUCTS MARKET IN THE UKRAINIAN TERRITORY

Добровольський В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет економіки торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Матюшевська К.М.

студентка,
Донецький національний університет економіки торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

У статті представлено статистичні дані, які показують динаміку виробництва та обсяг реалізованої молочної продукції. Розглянуто проблеми та тенденції розвитку. Визначено головні проблеми зниження реалізації молочної продукції. Розглянуто динаміку експорту молочної продукції та причини, що стимулюють розвиток або погано впливають на діяльність підприємств

Ключові слова: молочна продукція, молочна галузь, експорт та імпорт молочної продукції, проблеми та перспективи розвитку молочної галузі.

В статье представлены статистические данные, которые показывают динамику производства и объем реализованной молочной продукции. Рассмотрены проблемы и тенденции развития. Определены главные проблемы снижения реализации молочной продукции. Рассмотрены динамика экспорта молочной продукции и причины, которые стимулируют развитие или плохо влияют на деятельность предприятий

Ключевые слова: молочная продукция, молочная отрасль, экспорт и импорт молочной продукции, проблемы и перспективы развития молочной отрасли.

This article presents statistical data that shows the dynamics of production and the volume of dairy products sold. Problems and development tendencies are considered. Finding the main problem of reducing the sales of dairy products. The dynamics of exports of dairy products and the reasons that stimulate development or badly affect the activities of enterprises

Key words: dairy products, dairy industry, export and import of dairy products, problems and prospects for the development of the dairy industry.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У нашій країні є достатній економічний, природно-кліматичний, трудовий потенціал розвитку молочної продукції. Сьогодні виробництво молочної продукції займає 13,7% від виробництва харчових продуктів в Україні. Необхідно констатувати той факт, що на ринку виробництва молочної продукції існують проблеми, які впливають на занепад даної галузі: скорочення обсягу якісної сировини, високі витрати на виробництво молочних продуктів. Для подолання цієї кризи необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва молочної продукції, виявити причини та надати рекомендації щодо подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми

і на які спираються автори. Основні положення функціонування ринку молочної продукції розглянуто та проаналізовано у працях Н.С. Белінської, М.І. Бутенка, С.В. Васильчака, Т.М. Гамми, Т.Л. Керанчука, О.В. Моргуна, Ю.А. Тарасової, Н.В. Овсієнка, Н.С. Скопенка та ін. Однак із постійним нестабільним становищем на ринку харчової продукції виникає потреба в аналізі та знаходженні прийнятних шляхів розвитку стратегічно важливої галузі України.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз сучасного стану ринку молочної продукції України та світу, наведення основних проблем, що уповільнюють ринок збуту, та надання рекомендацій щодо подальшого розвитку цієї галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових

результатів. Через геополітичне протистояння з Росією загальну економічну кризу та зміни у правилах оподаткування ситуація у 2014–2016 рр. помітно погіршилася.

Українські виробники молока зосереджувалися на внутрішньому ринку і активно шукали нові закордонні ринки для молочних продуктів із доданою вартістю. Після значного зростання російський ринок сиру залишається закритим для української продукції із серпня 2014 р. Експорт до більш дрібних традиційних ринків Центральної Азії також почав ускладнюватися тим, що в середині 2016 р. Росією були введені нові транзитні бар'єри.

На жаль, нових експортних ринків не було виявлено для українського сиру, масла або незбираного молока. Якість українського сиру часто потребує поліпшення, а тип і смак продукту обмежують його розподіл, головним чином, країнами колишнього Радянського Союзу (СНД).

Після російської заборони в українських переробників не було вибору, крім як перевести додаткове молоко в незжирене сухе і продати його на світовому ринку за будь-яку ціну. У 2016 р. через відсутність фінансування не були реалізовані державні програми закупівель масла або молочних продуктів [1].

У 2016 р. ціни на промислове молоко, яке використовується для цілих молочних продуктів, залишалися низькими, але привабливими для виробників, що призвело до збільшення виробництва рідкого молока. Домашні господарства скоротили виробництво молока і свою частку в загальному обсязі виробництва. Загальне виробництво молока знизилось.

Низькі ціни на молоко в 2016 р. сприяли неефективному виходу з ринку виробників. Промислові підприємства змогли збільшити продукцію молока, зменшивши кількість тварин. Виробництво молока в домогосподарствах зменшилося через зменшення кількості корів.

Унаслідок відносно невеликої частки промислового виробництва молока в Україні загальне виробництво молока в країні зменшилося.

Українські молочні переробники закупають домашнє молоко через недостатню кількість промислового молока. Вони намагаються поліпшити якість молока за допомогою спільних програм та сільської громади: санітарної освіти, центрів збору молока із сучасним охолоджувальним обладнанням, субсидіями на ветеринарні та селекційні послуги, програм лояльності тощо. Водночас українські процесори збільшують частку промислово обробленого молока. У 2017 р. вона досягла 60% від загального обсягу закупівель рідкого молока порівняно з 52% у 2014 р.

Загальне зменшення розмірів стадного молодняку продовжує тенденцію зменшення кількості тварин на два десятиліття, що супроводжується підвищенням продуктивності праці. Будучи виробниками з відносно невисокою ефективністю, сільські домогосподарства використовують дешеву модель виробництва з великою кількістю сезонного випасу худоби та мінімального використання дорогих кормів або ветеринарних препаратів.

Виробництво молока в Україні зменшилося у 2016–2017 рр. через зниження попиту з боку процесорів у 2014–2016 рр. Виробництво молока реагує на сигнали ринку зі значним відставанням. Нові експортні ринки з'явилися занадто пізно в 2016 р., щоб позитивно вплинути на виробництво в 2017 р. Однак збільшення експорту сприятиме виробництву молока в 2018 р. [2].

За даними Державної служби статистики України, загальний обсяг реалізованої молочної продукції за 2014–2017 рр. скоротився майже в 1,8 рази, з 29 684,3 млн. грн. до 16 491,28 млн. грн. відповідно [3].

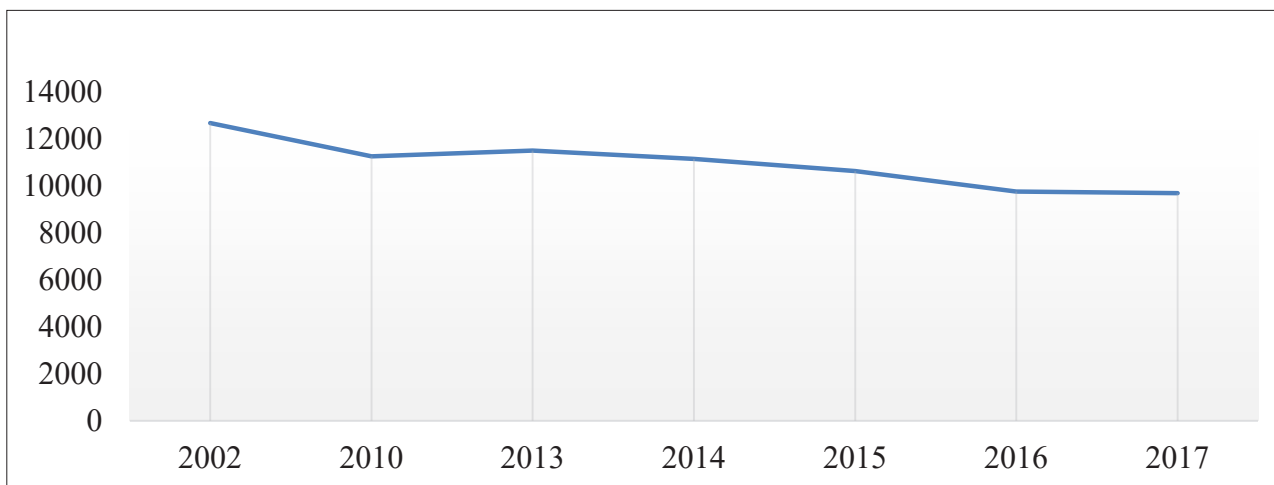


Рис. 1. Динаміка виробництва молока за 2002–2017 рр., тис. т

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Позитивним на ринку молочної продукції є збільшення експорту продукції за межі України. Так, у 2014 р. обсяг реалізованої продукції за межі України становив 893,5 млн. грн., а в 2017 р. він збільшився на 211,9 млн. грн. і становить 1 105,4 млн. грн. Для того щоб українські товари змогли вийти на міжнародний ринок, треба максимально модернізувати виробництво і привести його у відповідність зі світовими стандартами. Саме тому в умовах кризи виробники скорочують ті поголів'я, які не дають якісне молоко і необхідну продуктивність. Натомість виробники молока вищого сорту збільшують прибуток й успішно реалізують свій товар. Вони забезпечують переробні підприємства сировиною для виготовлення конкурентоспроможної продукції, що відповідає міжнародним вимогам до якості та безпеки [3].

Причини, що стримують розвиток галузі та негативно впливають на діяльність підприємств:

- зниження поголів'я крупної рогатої худоби;
- значне коливання цін та їх невідповідність витратам;
- неузгодженість взаємозв'язків між виробниками та переробниками;
- кризовий стан економіки країни;
- втрата міжнародних ринків збуту;
- недостатня кількість лабораторій для визначення якості молочних продуктів [4].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. За останні чотири роки ринок молочної продукції України значно скоротився, майже в 1,8 рази. Позитивним є збільшення реалізації продукції у 1,2 рази за межі України, що підтверджує попит

на вітчизняну продукцію за кордоном. Головними проблемами спаду реалізації ринку молочної продукції є геополітичне протистояння з Росією, загальноекономічна криза та зміни в правилах оподаткування. Вирішення окреслених проблем можливо за рахунок: державної бюджетної підтримки молочних товаровиробників, формування ефективно функціонуючого молочного ринку, модернізації виробництва, створення інтегрованих та кооперативних утворень.

За кордоном (США, Канада, Австралія, Нова Зеландія) основні виробники та продавці сільськогосподарської продукції – кооперативи. Вони представлені малими та середніми виробниками, ці об'єднання дають змогу середнім фермерам виходити на міжнародний ринок, напряму продавати свою продукцію та отримувати вигідні умови співпраці. Завдяки тому, що кооперативи більш відкриті для входу та виходу учасників, ніж інші форми господарювання, вони мають більший успіх та розраховані на значну кількість учасників. Але законодавча база поки що не дає змоги повною мірою впровадити кооперативи в Україні, тому першим кроком до забезпечення розвитку молочної галузі є її вдосконалення.

Перспективи подальшого розвитку молочної продукції можливі за рахунок реалізації вирішення таких завдань:

- забезпечення продовольчої безпеки країни шляхом державної підтримки молочних товаровиробників;
- задоволення попиту населення молочною продукцією, а промисловості сировиною та сприяння сталому розвитку сільських територій;



Рис. 2. Динаміка обсягу реалізованої молочної продукції за 2014–2017 рр., млн. грн.

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

- скорочення залежності від імпорту та проведення протекціонізму вітчизняного товаровиробника;
- створення належного пільгового податкового режиму;
- створення інтегрованого та кооперованого виробництва;
- підвищення конкурентоспроможності української продукції та товаровиробників шляхом модернізації виробництва;
- формування ефективно функціонуючого ринку молочної продукції, сировини і продовольства, що забезпечує підвищення прибутковості молочних товаровиробників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ринок молока в Україні – сучасний стан і перспективи у новому звіті ІНФАГРО. URL: <http://infagro.com.ua/ua/2016/07/27/rinok-moloka-vukrayini-suchasniy-stan-perspektivi-u-novomu-zviti-infagro/>.
2. Dairy and Products Annual. URL: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Dairy%20and%20Products%20Annual_Kiev_Ukraine_10-13-2017.pdf.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Тарасова Ю.А. Стан та перспективи розвитку молочної галузі України. Вісник соціально-економічних досліджень. 2017. № 1(62). С. 149–156.

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

MARKETING RESEARCHES OF PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF EXTREME TOURISM IN UKRAINE

Наумова І.Ф.

студентка,

Одеський національний політехнічний університет

У статті розглянуто проблеми та перспективи розвитку екстремального туризму в Україні. Проаналізовано вторинну інформацію та результати опитування молоді щодо знання та відношення до екстремального туризму в Україні. Визначено фактори, які впливають на популярність екстремального туризму серед молоді.

Ключові слова: екстремальний туризм, фактори впливу, перспективи розвитку.

В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития экстремального туризма в Украине. Проанализированы вторичная информация и результаты опроса молодежи относительно знания и отношения к экстремальному туризму в Украине. Определены факторы, влияющие на популярность экстремального туризма среди молодежи.

Ключевые слова: экстремальный туризм, факторы влияния, перспективы развития.

In the article problems and prospects of development of extreme tourism in Ukraine are considered. The secondary information and the results of the survey of young people regarding knowledge and attitude to extreme tourism in Ukraine are analyzed. The factors influencing popularity of extreme tourism among youth are determined.

Key words: extreme, factors of influence, prospects of development.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному світі екстремальний туризм стає все більш популярним видом проведення вільного часу. Екстремальний туризм – це вид туризму, який більш-менш пов'язаний із ризиком. Україна зі своїм ресурсним потенціалом має великі перспективи для розвитку активного та екстремального відпочинку. Розвиток екстремального виду туризму в Україні суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, сільське господарство, будівництво. Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери екстремального туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримуються невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Екстремальний туризм відіграє значну роль у створенні робочих місць, формуванні ВВП, а також забезпеченні зайнятості населення. Головна мета екстремального туризму – відчуття небезпеки, або викид адреналіну, тим самим людина може позбавити себе від нагромадження стресу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Питанням ефективного розвитку екстремальних видів туризму приділили увагу вітчизняні та іноземні науковці [1–5]. У їхніх працях проаналізовано розвиток екстремального туризму окремо по різних країнах, що є важливим для запозичення іноземного досвіду. Проте дана тема, враховуючи її актуальність, в Україні є малодослідженою і потребує наукового опрацювання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. На нашу думку, не розглянутими в наукових статтях залишилися аспекти відношення молоді України до екстремального туризму в Україні, їх знання про дану послугу, їх бажання її отримати.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є виявлення особливості розвитку екстремального туризму в Україні та опитування потенційних туристів щодо даної послуги.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Туризм в Європі залишається одним із найбільш затребуваних серед мандрівників усього світу. Саме сюди щороку вируша-

ють мільйони людей, які, здавалося б, могли провести свою відпустку в більш екзотичних країнах, але вибирають саме цю локацію. Екстремальним туризмом є спорт мужніх людей: долаючи труднощі, люди доводять, наскільки невичерпними є можливості людини. Екстрим загартовує характер людини.

Багато організацій займаються туризмом, але вони не готують людей до екстремальних ситуацій. Екстремальний туризм це як вчення про виживання, головне не просто знати, як вести себе в тій чи іншій ситуації, а й уміти це робити, тому що коли з'являється ризик, пізно починати чомусь учитися.

В останні роки в Україні відзначають значне зростання попиту на послуги активного та екстремального туризму. Однак слід зазначити, що такий ріст зумовлений передусім розвитком гірськолижних видів спорту. Інші різноманітні напрями, популярні в світі, такі як рафтинг, дайвінг, велосипедний туризм, скелелазіння, ще не отримали свого належного розвитку. Можливо, частково це можна пояснити недостатнім обсягом інформування клієнтів. Тим не менше навіть у даних напрямках простежується позитивна динаміка зростання. За офіційною статистикою, в останні три роки спостерігається стійкий (близько 2 млн. осіб щороку) приріст кількості іноземних туристів в Україну, а внутрішніх мандрівників порівняно з 2015 р. стало більше на 500–700 тис. осіб. Зростання попиту на літні види спорту (рафтинг, пішохідні тури, дайвінг, велосипедні тури) становить близько 19% у 2016 р. порівняно з 2015 р.

Нині на ринку активного відпочинку лідирують гірські лижі. Добре розвинута інфраструктура гірськолижного спорту в Карпатах ледь справляється з напливом клієнтів, особливо у піковий час – із кінця грудня до кінця січня. Гірськолижні види спорту в найближчі роки будуть продовжувати розвиватися випереджаючими темпами порівняно з іншими видами активного відпочинку.

На другому місці знаходиться рафтинг. Це досить демократичний вид активного відпочинку, привабливий і доступний навіть людям без спеціальної спортивної підготовки. Однак слід зазначити, що в Україні найбільший розвиток отримав рафтинг по простих маршрутах другої категорії складності (всього таких категорій шість), оскільки складними водними маршрутами наша країна не багата. У рамках водних видів спорту слід окремо виділити напрям каякінга. Зараз цей вид спорту, надзвичайно популярний у світі, в Україні тільки починає розвиватися. Але розвиток каякінга відбувається вражаючими темпами – більш ніж удвічі щороку. Так що у каякінга в Україні є велике майбутнє.

І третій, традиційний напрям вітчизняного активного відпочинку, – пішохідний і скелелазний туризм. Цей вид активного відпочинку в нашій країні має давні традиції ще з часів СРСР.

Однак слід зазначити, що в сегменті пішохідного туризму домінують походи, засновані на принципах самоорганізації туристів, тобто некомерційного спрямування.

Також сьогодні відсутня скоординована висококваліфікована і грамотна система дій із виведення туристичного продукту нашої країни на світовий ринок, яка давала б відчутні результати. Поряд із цим не можна не помітити, що низький рівень обслуговування туристів зумовлений загальною кваліфікацією працівників цієї сфери. В Україні практично відсутня відповідна система для підготовки, а також перепідготовки кадрів у сфері туризму й чіткі, відповідні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги, а у навчальних закладів ще немає відповідного досвіду.

Україна має величезний туристичний потенціал, але, на жаль, використовує його не дуже ефективно. Причини цього полягають у непротій соціально-економічній ситуації в країні, у неврегульованості системи стимулювання туристичної індустрії, а також у відсутності ефективної стратегії розвитку галузі на національному та регіональному рівнях.

За допомогою анкетного Інтернет-опитування нами було досліджено переваги української молоді в туризмі, їхні знання про екстремальний туризм та бажання займатися ним. Для цього була розроблена анкета, за якою було опитано 35 респондентів. Анкетування проводилося у квітні 2018 р.

Найчастіше причиною непопулярності України у туристів називають неефективний маркетинг, іншими словами, українські туристичні компанії й у цілому Українська держава мало вкладають коштів у просування туризму у своїх регіонах. Наступна причина, яка теж належить до сфери маркетингу, – неправильне позиціонування українських курортів і центрів тяжіння туристів, відсутність або неправильне брендування українських міст.

Більшість опитаних респондентів – молодь 20 років (рис. 1).

Більша частина респондентів не здійснювала подорожі. Але є опитані, які подорожують один-два рази на рік (рис. 2).

Майже 70% відповіли, що вважають за краще відпочивати в Україні (рис. 3).

Більшість респондентів віддали перевагу пляжному відпочинку, друге місце посів екскурсійний, а третє – екстремальний туризм (рис. 4).

Під час вибору туру найбільш важливим виявився ціновий фактор (рис. 5).

Серед екстремальних видів туризму 53,1% респондентів віддали б перевагу дайвінгу, 28,1% – гірським лижам, 18,8% – серфінгу, і нікому з опитуваних не подобається рафтинг (рис. 6).

Розвиток екстремального туризму в Україні респонденти за п'ятибальною шкалою більшість опитаних оцінила в три бали.

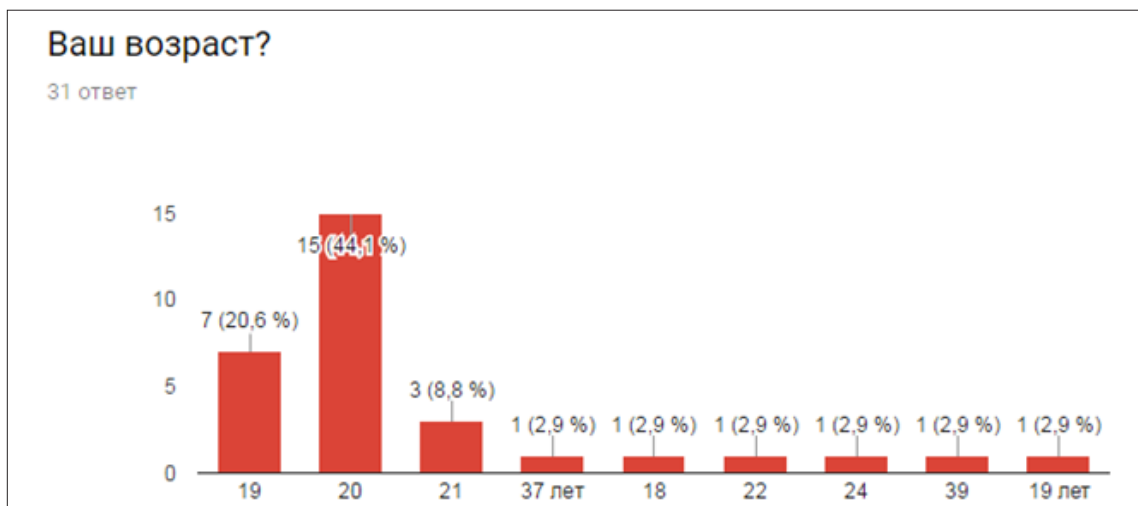


Рис. 1. Розподіл опитаних за віком



Рис. 2. Відповіді на питання: «Як часто ви подорожуєте?»

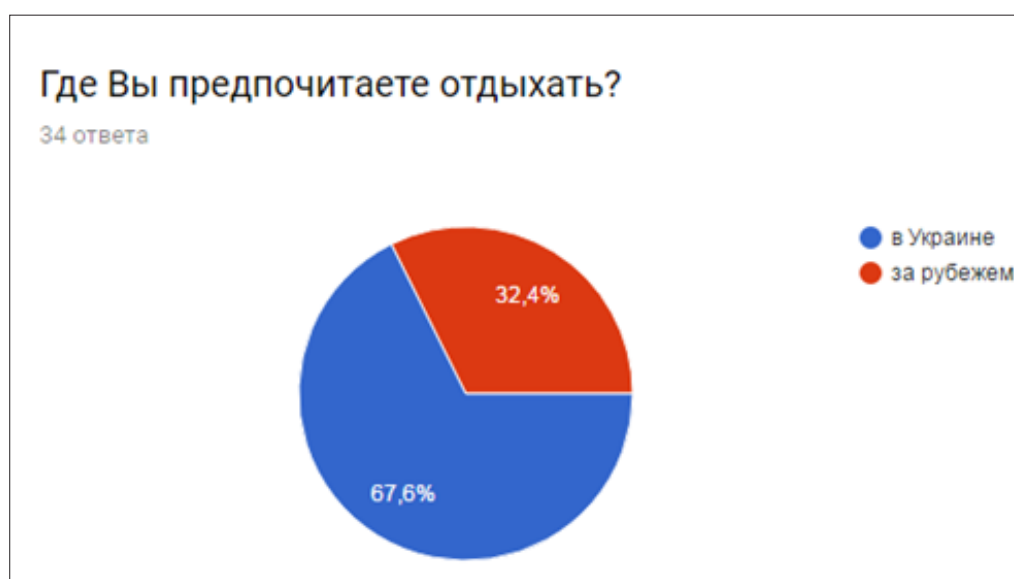


Рис. 3. Визначення переваги у відпочинку

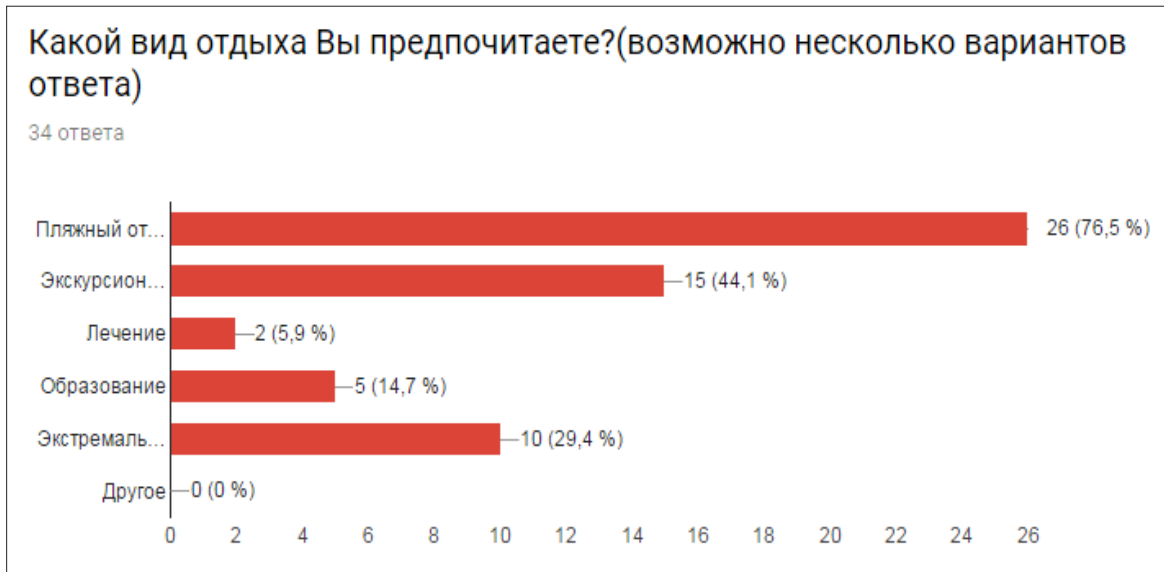


Рис. 4. Відповіді на питання: «Якому виду відпочинку ви віддаєте перевагу?»

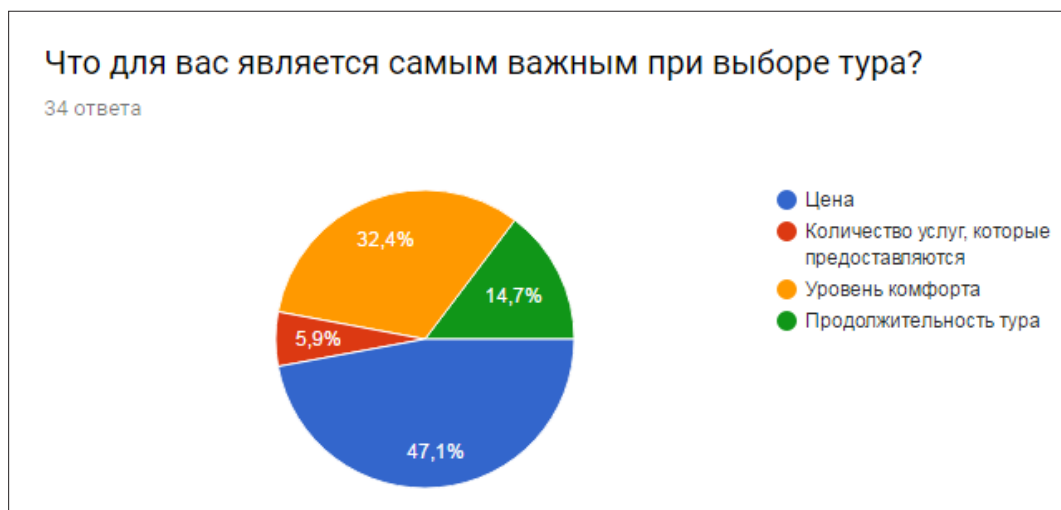


Рис. 5. Визначення найважливіших аспектів під час вибору туру

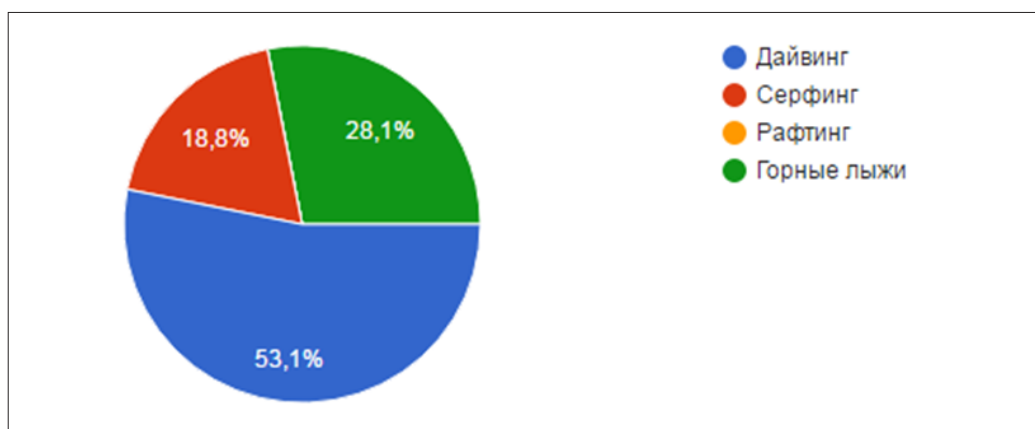


Рис. 6. Відповіді на питання: «Якому виду активного відпочинку віддають перевагу респонденти?»

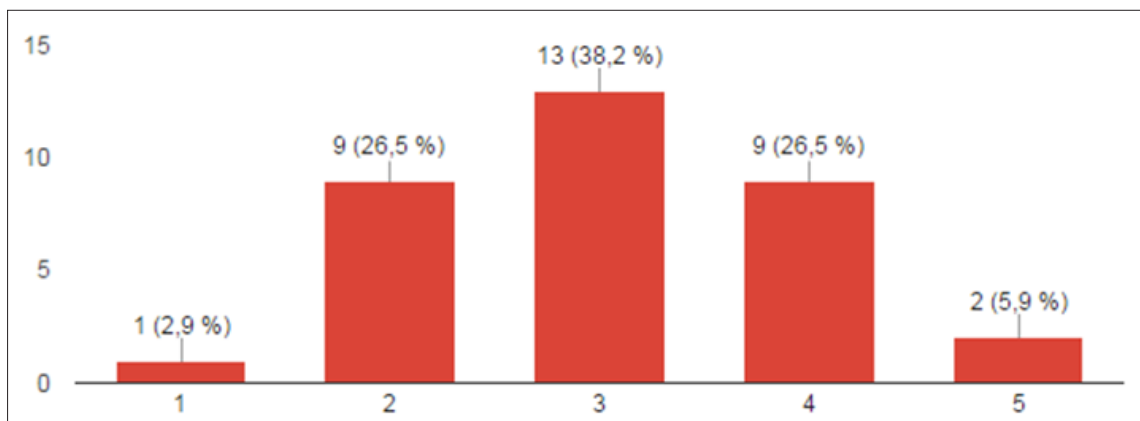


Рис. 7. Оцінки розвитку екстремального туризму в Україні

Це не дивно, оскільки екстремальний туризм у нашій країні почав розвиватися лише в останні роки. І це ще маловідомий вид відпочинку в Україні (рис. 7).

Думки респондентів щодо привабливих для туризму місць в Україні розподілилися так:

1. Карпати.
2. Львів.
3. Одеса.
4. Київська область.
5. Умань.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Потреби в екстремальному відпочинку існували в Україні давно, але оформилися у пропозиції туристичних компаній 7–10 років тому, оскільки

людей дуже складно організувати, до того ж потрібна додаткова підготовка до подібних турів, створення інфраструктури.

Молодь України мало подорожує, не ставить екстремальний туризм на перше місце за перевагами у відпочинку, ціновий фактор є ключовим для молоді у виборі виду відпочинку. Розвиток екстремального туризму в Україні, на думку молоді, недостатній. Окрім того, молодь мало знайома з видами екстремального туризму та з його інфраструктурою у країні.

За належної реклами, інвестицій та підтримки держави вітчизняний екстремальний туризм зможе стабільно й успішно розвиватися не тільки на туристичному ринку України, а й на європейському ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Задорожнюк Н.О., Кващук Ю.О. Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі в Україні. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 3(03). С. 87–91.
2. Притков В.Ю., Жердьов А.Є. Екстремальний туризм в Україні: сучасний стан та перспектива розвитку. Географія та туризм. 2012. Вип. 19. С. 44–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_19_9.
3. Олійник В.В., Шикіна О.В.. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 12. С. 460–463.
4. Щербаков В.В. Сучасні форми екстремального туризму. Бізнес-план. 2009. № 10. 63 с.
5. Яшкіна О.І., Наумова І.Ф. Маркетингове дослідження перспектив розвитку зеленого туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2018. № 14. С. 231–236.

АНАЛІЗ СПОСОБІВ ПРИВАТИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ANALYSIS OF ENTERPRISE PRIVATIZATION METHODS

Приходько Д.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і підприємництва,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Статтю присвячено вивченню процесу приватизації підприємств. Досліджено теоретичні аспекти процесу приватизації на державному рівні, а саме: передумови розвитку приватизації, сутність і зміст даного процесу, механізм роздержавлення і приватизації власності. Проведено аналіз способів приватизації підприємств.

Ключові слова: приватизація, роздержавлення, підприємство, класифікація методів приватизації, суб'єкти та об'єкти приватизації, схематичний опис процесу приватизації.

Статья посвящена изучению процесса приватизации предприятий. Исследованы теоретические аспекты процесса приватизации на государственном уровне, а именно: предпосылки развития приватизации, сущность и содержание данного процесса, механизм разгосударствления и приватизации собственности. Проведен анализ способов приватизации предприятий.

Ключевые слова: приватизация, разгосударствление, предприятие, классификация способов приватизации, субъекты и объекты приватизации, схематическое описание процесса приватизации.

This article is devoted to the study of the enterprises privatization process. the theoretical aspects of the privatization process at the state level were studied, namely: the prerequisites for the development of privatization, the essence and content of this process, the mechanism of denationalization and privatization of property. The analysis of enterprise privatization methods had been made.

Key words: privatization, denationalization, enterprise, classification of privatization methods, subjects and objects of privatization, a schematic description of the privatization process.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Україна на сучасному етапі розвитку економіки переживає не найкращий період. Усе більш актуальними стають проблеми повної приватизації державної власності, а саме висування на продаж великих державних підприємств, що мають загальнонаціональне значення. Також невирішеною є проблема подальшого розвитку приватизованих підприємств, здатних функціонувати в сучасних ринкових умовах із випуском конкурентоспроможної продукції.

Актуальність теми даного дослідження полягає у тому, що у зв'язку з політичними та економічними подіями, що відбуваються у країні, необхідно визначити сьогоdnішній стан процесу приватизації державних підприємств, визначити основні способи приватизації, оцінити подальші перспективи цього процесу, оскільки державні підприємства є джерелом поповнення бюджету країни, формування ВВП і національного доходу, а їх перехід у приватний бізнес може лише загострити фінансову кризу. Другим питанням дослідження є пошук шляхів підвищення економічної діяльності приватизованих

підприємств та скорочення обсягів приватизації як складової частини сучасної ринкової економіки і перспективного резерву підвищення економічного розвитку держави і суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Процес приватизації вивчали багато закордонних та вітчизняних учених. Так, Ернст Ульріх фон Вайцзекер у своїх працях описує історичний розвиток процесів глобалізації і лібералізації економіки, аналізує досвід понад 50 найкращих і найгірших прикладів приватизації у світі, пропонує рекомендації щодо політики і дій, які забезпечили б оптимальний баланс між можливостями і відповідальністю держави та приватного сектора з урахуванням зростаючої важливої ролі громадянського суспільства. Російський вчений О.І. Боткін у своїх наукових працях виклав дослідження структурних змін власності промислових підприємств унаслідок приватизації. Український учений В. Дубровський у своїх наукових працях і дослідженнях розглядав вплив приватизації на економічну поведінку та стан підприємств у контексті економічної ситуації в Україні [1–3].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проте в їхніх роботах залишаються невизначеними питання вибору найбільш оптимальних способів приватизації підприємства залежно від його типу, розміру та соціально-економічного стану держави. Тому в умовах економічної нестабільності виникає гостра необхідність удосконалення та пошуку шляхів оптимізації процесу роздержавлення, пошуку методів планування, керування даним процесом і його контролювання для недопущення значної переваги приватної власності над державною, що може спричинити втрату державного контролю над ринковими процесами і втрату соціального орієнтира, а також гальмування розвитку суспільства, появу відсутності дієвості у проведенні економічної політики. Все це дає можливість стверджувати, що тема даної статті є актуальною і вимагає подальшого розроблення.

Формулювання мети статті (**постановка завдання**). Мета статті – визначення основних понять і аспектів процесу приватизації та вибір найбільш оптимальних способів приватизації. Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: визначити теоретичні аспекти процесу приватизації на державному рівні; зробити аналіз способів приватизації підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Уважається, що саме приватна власність, наявність великої кількості виробників, різновидів товарів є запорукою розвитку ринкової економіки, регіонального функціонування конкурентного ринку.

Ринкова економіка є ефективною, коли існують різні форми власності, коли приватний сектор переважає над державним, однак наявність державного сектора є обов'язковою, адже завжди знайдуться такі підприємства, які є непривабливими для приватного бізнесу, мають соціальне спрямування або конкуренція в яких завдає тільки великої шкоди, тому повинні бути безкоштовними, що не є характерним для сучасного підприємництва. Повне державне переважає неприпустимо, тоді економіка перестає бути ринковою. При цьому знижується її ефективність. Державні підприємства можуть бути ефективними, але тільки в середовищі приватних підприємств і за наявності конкуренції. Ці фактори головні. Тому питання про приватну власність і про приватизацію мають в ході економічних реформ велике значення.

Межі між приватною і державною формами власності є рухомими, змінними. Їх зумовлюють різноспрямовані процеси – націоналізація і роздержавлення. Роздержавлення – це комплекс заходів, спрямованих на перетворення відносин власності, ліквідацію монополії держави на власність, формування багатокладної економіки, посилення процесів її саморегулювання [1].

Однією з основних форм роздержавлення власності у постсоціалістичних країнах є приватизація. Приватизація – це перетворення державної власності у приватну – індивідуальну чи групову [1].

Після розпаду СРСР Україна перейшла до ринкової моделі економіки з усіма її позитивними і негативними моментами. Ця модель потребувала створення ринкової інфраструктури: приватизації власності; самостійності суб'єктів ринку; системи соціальної підтримки населення; права вільного ціноутворення на товари; достатньої кількості виробників; стійкості національної валюти і грошового обігу; розвитку зовнішньоекономічних зв'язків; формування у людей ринкових норм поведінки та ін. [2].

Приватизація призводить до того, що держава більше не вкладає бюджетні кошти і не є інвестором, утримувачем величезної кількості збиткових і малорентабельних підприємств. Приватизація тягне за собою формування мотивів для ефективного управління суб'єктами приватної власності – приватизованими підприємствами, що забезпечить раціональну зміну структури виробництва, а в цілому створює передумови для підвищення ефективності виробництва і зростання національного доходу. Процес роздержавлення сформував структуру власності, що складалася з державних підприємств, приватного бізнесу, акціонерних корпорацій із переважанням державного капіталу, акціонерних недержавних підприємств. Це характерно тільки для ринкової економіки. Ринковий характер економіки – засіб вирішення багатьох економічних і господарських проблем. Але, з іншого боку, це пастка для слабких і недостатньо розвинених держав, які для виживання і власного розвитку приречені на залежність від сильних і самостійних держав.

Будь-яка діяльність та втручання держави в суспільні та економічні процеси має свої причини, цілі й призначення. Цілі процесу приватизації випливають з її таких загальновідомих функцій, як: економічна реформа і радикальні перетворення, а також інструмент державного регулювання довготривалого характеру. При цьому цілями приватизації виступають: формування класу приватних дрібних і середніх власників; скорочення частки майна, що перебуває у державній та муніципальній власності; скорочення заборгованості державного сектора; підвищення ефективності діяльності підприємств; соціальний захист населення та розвиток об'єктів соціальної інфраструктури за рахунок коштів від приватизації; сприяння процесу фінансової стабілізації; створення конкурентного середовища; залучення іноземних інвестицій; перерозподіл економічних основ влади.

Будь-яка держава прагне досягти соціальної справедливості, підвищити економічну ефек-

тивність виробництва, збільшити зростання доходів державного бюджету, збільшити зайнятість і зменшити безробіття, забезпечити економічне зростання держави. Однак це не виступає власними цілями приватизації, процес приватизації у цьому разі може лише сприяти розвитку даних процесів і тільки в довгостроковому періоді за грамотного його проведення.

Процес роздержавлення може відбуватися тільки за умови існування відповідного правового та організаційно-економічного середовища. Для цього необхідно розробити нормативні документи, юридичні норми, законодавчі акти, які гарантували б однакові умови і порядок роздержавлення та приватизації для всіх суб'єктів господарювання. Механізм роздержавлення і приватизації власності, за допомогою якого реалізується приватизаційна політика в Україні, складається з об'єктів і суб'єктів приватизації.

Всі продавці, покупці державного (муніципального та комунального) майна, а також спеціально створені державні органи, що контролюють приватизаційні процеси, є суб'єктами приватизації [4; 5]. У даній статті була здійснена класифікація суб'єктів приватизації, яка представлена на рис. 1.

Покупцями або їх представниками, які зазначені на рис. 1, здійснюється придбання державної власності у приватне володіння, користування, розпорядження як на певний строк, так і на постійній основі. Згідно із законодавством,

можуть бути встановлені обмеження на участь у процесі приватизації для іноземних громадян та іноземних юридичних осіб [4–6].

Посередниками тут виступають юридичні та фізичні особи. Посередницькі фірми займаються консультативною діяльністю з приводу об'єктів приватизації, оформленням документів та угод, виконують процедурні аспекти приватизації, операції з купівлі-продажу державної власності з боку покупців та займаються іншою діяльністю, не забороненою законодавством. Фінансові посередники здійснюють продаж придбаних акцій на ринку цінних паперів. Довірчі товариства від імені, за дорученням і за рахунок власників приватизаційних паперів здійснюють представницьку діяльність із приватизаційними паперами. Холдинги та інвестиційні фонди акумулюють приватизаційні кошти громадян та вклади інших покупців в обмін на акції власного випуску.

Об'єкти приватизації – це те державне майно, яке може бути приватизоване відповідно до законів України [4–6].

Існує безліч класифікаційних ознак, за якими можна згрупувати об'єкти приватизації. Нами запропонована класифікація, яка представлена на рис. 2, з виділенням таких класифікаційних ознак, як зміст, форма власності, можливість та порядок здійснення приватизації.

Об'єкти державної власності, заплановані до приватизації, включаються до переліку об'єктів,

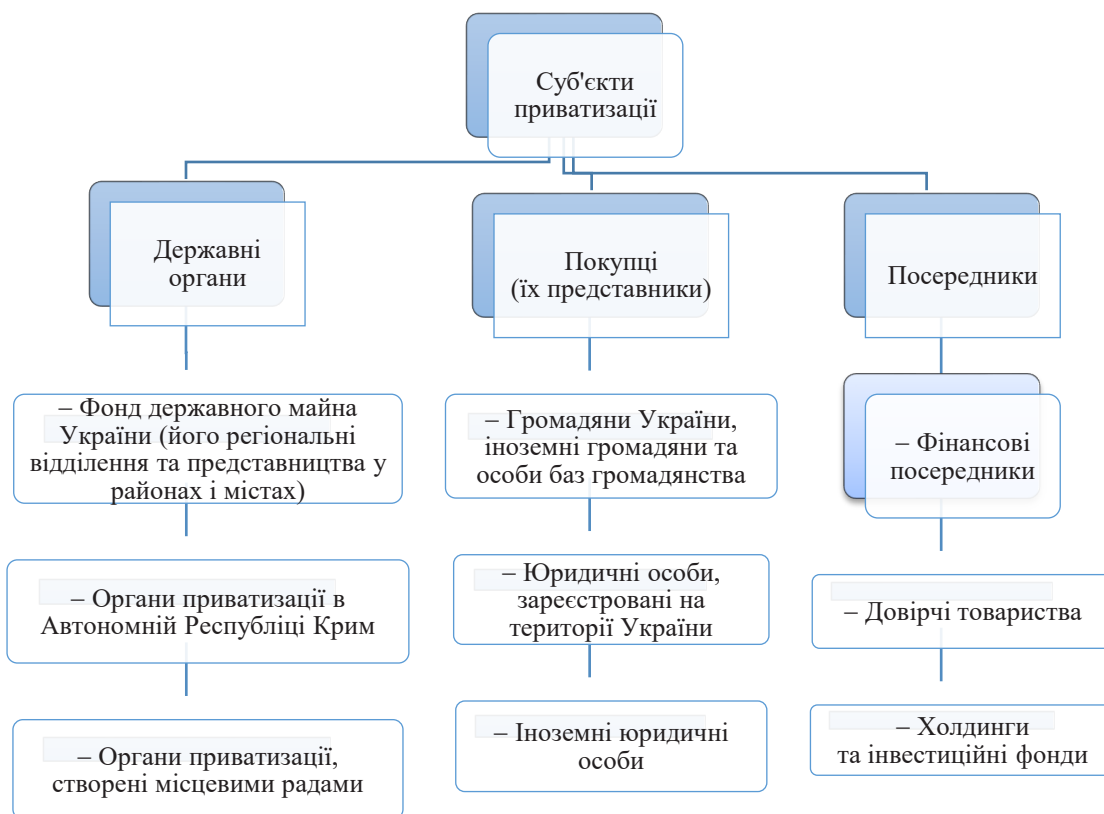


Рис. 1. Класифікація суб'єктів приватизації (складено автором)

що приватизуються, як з ініціативи органів приватизації, так і за пропозицією трудових колективів, фізичних і юридичних осіб. Існує перелік об'єктів державної власності, що не підлягають роздержавленню і приватизації, до них належать підприємства (об'єднання), організації та види майна, які можуть перебувати тільки у власності держави, що затверджено законом.

Роздержавлення і приватизація можуть здійснюватися різними способами, є різні шляхи передачі прав власності з рук держави в руки приватних осіб, проте вибір конкретного шляху або способу залежить від низки факторів, які можуть мати політичний, ідеологічний, економічний, соціальний, історичний та регіональний характер.

Основними критеріями вибору способу приватизації є галузева приналежність, розмір підприємства, врахування принципів соціальної справедливості і пріоритету трудового колективу, демонополізація, необхідність збереження профілю підприємства та його виробничого потенціалу, рентабельність підприємства, залучення інвестицій. Названі критерії зумовили появу таких основних способів приватизації, як: акціонування (із закритою підпискою або продажем акцій); продаж підприємств та майна за комерційним або інвестиційним конкурсом (на аукціоні); викуп орендованого майна; банкрут-

ство. Також в основі вибору способу приватизації лежить мета, яку прагне досягти держава, керуючись конкретним із наявних способів.

В основу моделі приватизації, що відбувалася в Україні з моменту проголошення незалежності, були покладені принципи соціальної справедливості і рівності розподілу та продажу державного майна. Нами розглянуто кілька основних способів часткової і повної передачі державної власності приватному сектору, яких у світі налічується до тридцяти.

Державна приватизаційна програма передбачає вісім способів приватизації державного майна [4–6]:

1) Викуп об'єктів малої приватизації товариствами покупців, створеними працівниками цих об'єктів. Такий спосіб приватизації не передбачає конкуренції покупців.

2) Викуп державного майна підприємства за альтернативним планом приватизації. Це – спосіб приватизації, за яким власником об'єкта (або його частини) стає товариство покупців, створене його працівниками згідно з розробленим власним планом, альтернативним запропонованому комісією з приватизації.

3) Викуп державного майна, зданого в оренду. За даного способу приватизації власником об'єкта стає його орендар.



Рис. 2. Класифікація об'єктів приватизації (складено автором)

4) Продаж на аукціоні – спосіб приватизації, коли власником об'єкта стає покупець, який запропонував у ході аукціону максимальну ціну (при цьому не враховуються особливості або профіль інвесторів; аукціон одночасно є й дійовим способом боротьби з корупцією, бо за інших способів приватизації розмах корупції значно більше).

5) Продаж за некомерційним конкурсом. У цьому разі власником об'єкта стає покупець, який запропонував найкращі умови подальшої експлуатації об'єкта або за рівних умов – найвищу ціну.

6) Продаж за комерційним конкурсом. Тут власником об'єкта стає покупець, який запропонував найвищу ціну.

7) Продаж із відстрочкою платежу. Власником стає покупець, який на конкурсних засадах здобув право оплати за придбаний об'єкт із відстрочкою платежу на три роки за умови попереднього внесення 30% його вартості.

8) Продаж акцій відкритих акціонерних товариств (на аукціоні, за конкурсом, на фондовій біржі). Власниками державних підприємств стають покупці, які на конкурсних засадах запропонували найвищу ціну за найбільшу кількість акцій.

Також нами запропоновано такі способи приватизації, які дають змогу гальмувати приватизаційний процес та не засвідчують реальний продаж державного майна. Угода про оренду та контракт на управління застосовуються за оренди державного майна, коли фізичні або юридичні особи отримують частину державного майна в користування на певний період і за певну плату для здійснення підприємницької та іншої діяльності. Орендар отримує можливість самостійно організувати виробничий процес, наймати персонал, здійснювати контроль над виробництвом і нести фінансову відповідальність за господарську діяльність підприємства. Використання оренди для малорентабельних підприємств дає змогу підвищити ефективності їх роботи. У цих же випадках використовується така форма, як укладання контракту на управління підприємством. Підписання контракту дає керівництву повний контроль над функціонуванням підприємства та всі необхідні повноваження для ефективного управління підприємством. Угода про оренду і контракти на управління часто є тимчасовими заходами для поліпшення економічних показників діяльності державних підприємств або перехідним етапом до повної приватизації [7; 8].

Вищезгадані способи приватизації та її процес наведено на рис. 3.

Приватизація об'єкта може бути повна та часткова. Повна приватизація може здійснюватися малого та великого об'єкта. Часткова приватизація можлива лише великого об'єкта. Повна велика приватизація, як і часткова приватизація великого державного об'єкта, реа-

лізується такими способами, як: аукціон (4), конкурс (5, 6), викуп (1, 2, 3), продаж (7), угода про оренду, контракт на управління, придбання акцій на фондовій біржі (8). За допомогою цих способів формуються приватна, колективна, суспільна, змішана, муніципальна, державна форми власності. Після зміни форми власності за певних обставин можлива реприватизація об'єкта, яка може бути повною, для якої характерна передача майна в руки державного сектора, що знов підлягає приватизації, та часткова, для якої характерна передача частини майна в руки державного сектора та знов підлягає приватизації або подальша діяльність підприємства за нових суб'єктів.

У ситуації без реприватизації підприємство нової форми власності здійснює діяльність за нових суб'єктів. Нові господарі можуть провести такі перетворення підприємства, як: зміна виду діяльності, зміна номенклатури, асортименту, обсягів продукції (робіт, послуг), що випускається, структурні зміни у виробництві та управлінні, зміна стратегії та тактики поведінки на ринку або можлива діяльність підприємства без змін. Для діяльності підприємства без змін та з можливими змінами характерним є зростання і економічний розвиток або банкрутство. Якщо підприємство є банкрутом, здійснюється продаж підприємства, передавання в державну (муніципальну) власність, передавання в руки третіх осіб, після чого можлива повторна приватизація; ще є такий варіант для господарів підприємства, як здача його в оренду.

Повна мала приватизація здійснюється за допомогою таких способів, як аукціон (4), конкурс (5, 6), викуп (1, 2, 3), продаж (7). З їх допомогою формуються такі ж форми власності, як і за повної та часткової великої приватизації, виконуються усі аналогічні етапи, процеси та перетворення.

Існує ще кілька способів приватизації, які можна класифікувати за такими ознаками: за грошовим доходом, за організаційними перетвореннями, за остаточним впливом держави, за масштабами об'єкта приватизації. Ця класифікація представлена на рис. 4 та є доповненням вищезгаданих способів приватизації, які класифікуються за ознакою «спосіб переходу права власності».

Платна приватизація передбачає повний викуп майна за ринковою ціною. Вона покликана стимулювати формування реального власника, створити вторинний ринок акцій приватизованих підприємств, що, своєю чергою, допомагає формуванню сприятливих умов для залучення інвестицій, поповнення бюджету країни. Недоліком є те, що здебільшого відсутні реальні конкурсні умови приватизації, найпривабливіші об'єкти державної власності на найбільш вигідних умовах купуються владною фінансовою елітою.

Безкоштовна приватизація означає видачу громадянам купонів, бонн інвестиційних вкладів, ваучерів. Цей спосіб приватизації покликаний відновлювати соціальну справедливість, стимулювати населення до приватизації об'єктів, а також це варіант «примусової» приватизації, яку часто проводять для прискорення створення певної структури власності. Недоліком цього способу приватизації є, те, що він

носить соціальний характер, а не економічний, і цим суперечить конкурентним, ринковим умовам приватизації.

Пільгова приватизація передбачає знижки та пільги певним категоріям населення (трудовим колективам). Пільги можуть виражатися у наданні першочергового викупу майна підприємств, оренди державного майна з правом викупу, викупу підприємства частково або

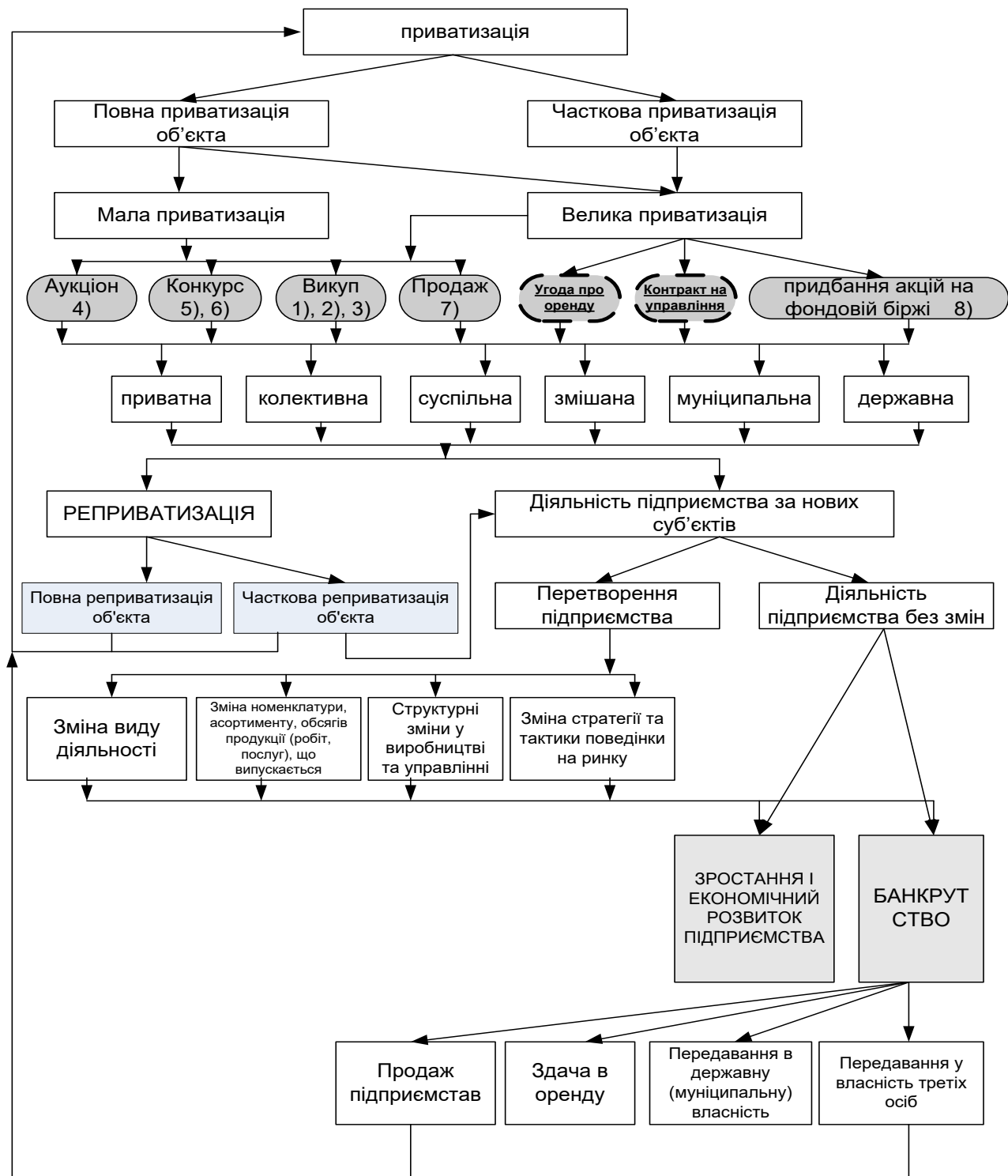


Рис. 3. Схема процесу приватизації (складено автором)

повністю. Переважно такі пільги надаються трудовим колективам тих підприємств, що приватизуються. Для держави є цінним таке підприємство або необхідна його реструктуризація, але держава з якихось причин не має змоги це зробити, а замість цього надає можливість трудовому персоналу стати повноправним власником державного майна та здійснити необхідні зміни, змінивши при цьому й форму власності.

Формальна приватизація передбачає перехід державного підприємства у приватно-правову форму. Формальна приватизація нічого

не змінює ні у відносинах власності, ні в капіталоозброєності підприємства, ні в доступі до технічних знань або управлінських ресурсів. У таких випадках формальна приватизація розглядається як необхідний підготовчий етап для проведення матеріальної приватизації [9].

Реальна приватизація. Державне підприємство продається приватним стратегічним інвестором. Подібна форма приватизації зустрічається передусім на муніципальному рівні.

Відкритий і обмежений тендер дає змогу охопити широке коло потенційних покупців або

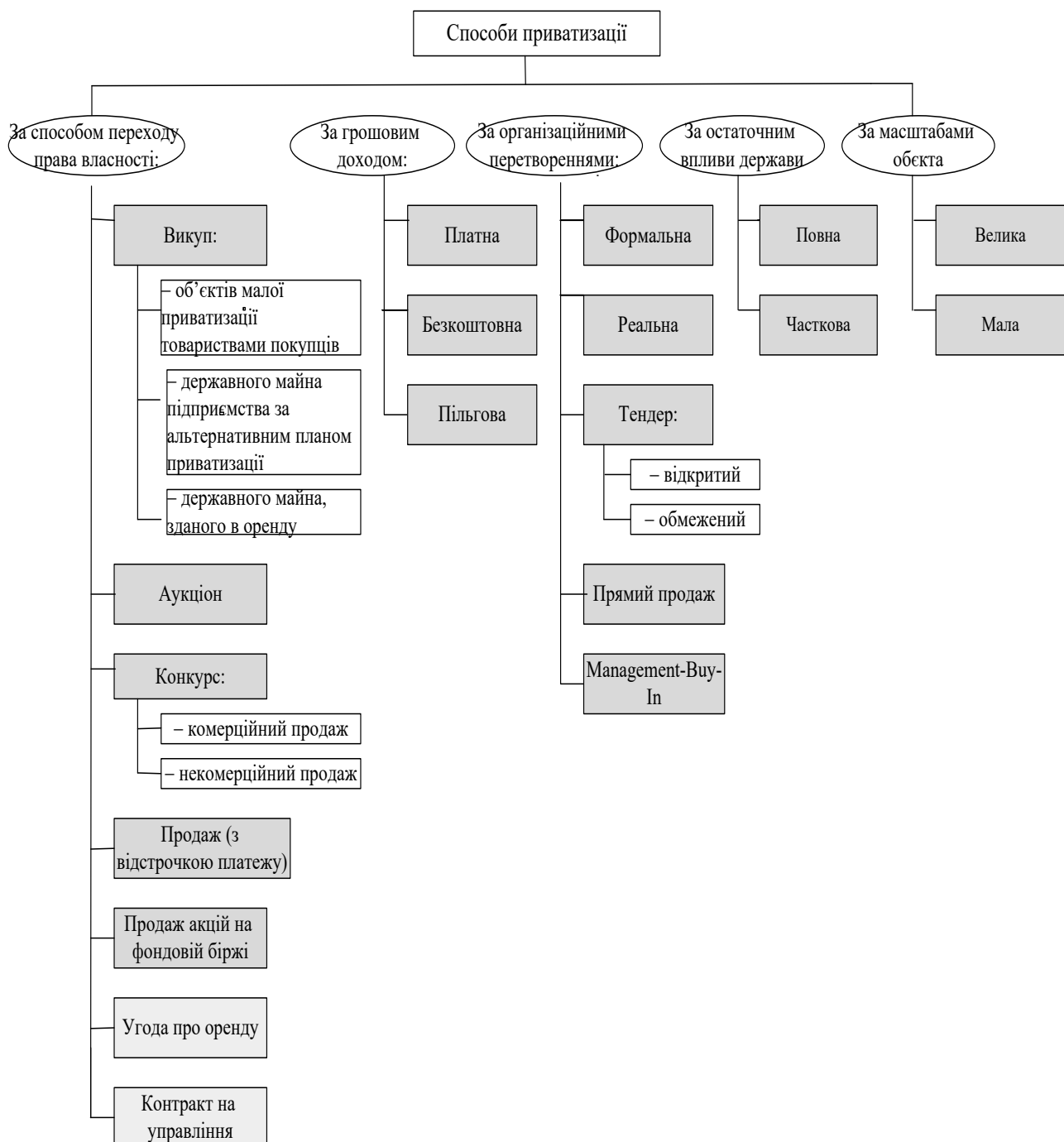


Рис. 4. Класифікація способів приватизації (складено автором)

допустити до торгів тільки найбільш привабливих покупців. Усе залежить від того, які цілі переслідує продавець, кого він бажає бачити власником продаваного майна. Під час вибору інвестора ціна може не мати першорядного значення; важливу роль можуть відігравати інші критерії.

Прямий продаж. За стратегічними міркуваннями перевага віддається веденню переговорів безпосередньо з окремими інвесторами. Найбільш важливу роль тут відіграє правильне визначення реальної вартості підприємства.

Management-Buy-In: підприємство купується керівництвом стороннього підприємства. У цьому разі нові власники проводять повну або часткову зміну колишнього керівництва.

Крім того, у низці держав набув поширення такий процес реприватизації, як повернення власності колишнім власникам. Це відбувається через порушення покупцями державних пакетів акцій умов договорів купівлі-продажу. Повернення у державну власність пакетів акцій від тих покупців, які не змогли ними ефективно управляти і не вклали обумовлений обсяг інвестицій у виробництво, дає можливість виставляти їх на повторний продаж. Як показує практика, такий продаж є досить ефективним і дає набагато більше доходу порівняно з їх попередньою реалізацією, дає можливість проаналізувати причини невиконання договору і зробити відповідні висновки, поліпшити механізм приватизації та приватизаційну політику. Визначення способу роздержавлення є першим кроком до здійснення приватизації державного об'єкта. Другим кроком виступає оцінка вартості об'єкта. Потенційні інвестори вибирають більш дохідне підприємство, хоча за нього доведеться заплатити більш високу ціну, проте, з іншого боку, вони зацікавлені в заниженні вартості об'єкта. Правильна оцінка вартості об'єкта, що приватизується, сприяє встановленню більш об'єктивної ціни. Який би спосіб приватизації та методика оцінки вартості підприємства для себе не вибрали державні структури, основним завданням є ефективно проведення, реалізація процесу приватизації, а також досягнення поставлених цілей, бо результатами даного процесу є ліквідація державного монополізму і радикальні зміни структури власності, що є важливими передумовами формування ринкового середовища, в якому постійно здійснюють свою діяльність держава і його суб'єкти, середовища, від рівня розвитку якого залежать життя громадянськості та подальші перспективи розвитку країни, адже якщо невміло вести політику роздержавлення, це може перерости в негативні наслідки, економічне зростання та розвиток перетворюються в занепад і деградацію.

Для забезпечення суспільної стабільності стає все більш актуальним скорочення масштабів приватизації. Для цього необхідно забезпечити економічне зростання приватизованих під-

приємств (приватизовані підприємства будуть безупинно поповнювати бюджет країни і забезпечувати зростання ВВП) та впровадити нові способи приватизації, що дадуть змогу стримувати та гальмувати прийдешній приватизаційний процес. Слід провести оцінку стану кожного з великих приватизованих об'єктів, провести аналіз рентабельності продукції, що випускається, визначити наявні проблеми підприємств, що у цілому дасть змогу виявити перспективи їх подальшого розвитку. Кожне підприємство має визначити цілі і завдання, які вони хотіли б реалізувати, і зіставити їх зі своїми можливостями. Якщо існують дисбаланс і диспропорції, тоді необхідний пошук шляхів їх усунення, якими можуть стати державна підтримка вітчизняного виробника шляхом надання можливих держзамовлень, дотацій, субвенцій, субсидій або залучення національних чи іноземних інвесторів, великих і впливових підприємців, власників значного капіталу. Однак у загальній ситуації в Україні проводиться неефективна політика приватизації, приватизовані підприємства або припиняють свою діяльність після недовгого існування, або відбувається структурна перебудова, яка супроводжується спадом обсягу виробництва, а отже, і темпами зростання ВВП.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Визначення основних понять і аспектів процесу приватизації та вибір найбільш оптимальних способів приватизації – мета статті, зокрема, для вирішення якої були розв'язані такі завдання: визначено теоретичні аспекти процесу приватизації на державному рівні (передумови розвитку приватизації, сутність і зміст даного процесу, механізм роздержавлення і приватизації власності (здійснено класифікацію суб'єктів та об'єктів приватизації)); проведено аналіз способів приватизації підприємств (здійснено схематичний опис процесу приватизації, здійснено класифікацію способів приватизації, запропоновано способи приватизації та надано пропозиції щодо скорочення масштабів приватизації для забезпечення суспільної стабільності).

Результати наукового дослідження стали основою твердження, що під час проведення приватизації державного майна головним складником є визначення способів приватизації. Правильно вибраний спосіб приватизації визначає реалізацію намічених цілей як продавців, так і покупців держмайна, та подальшу перспективу функціонування підприємства в руках нових господарів. Основними результатами процесу роздержавлення під час вибору будь-якого зі способів приватизації є ліквідація державного монополізму і радикальні зміни структури власності, що є передумовами формування ринкового середовища. Правильно проведена політика приватизації сприяє підвищенню економічної ефективності виробництва, зростанню доходів державного бюджету. Важливими аспек-

тами виступають вартісна оцінка підприємства, визначення методики оцінки, а також оцінка значущості підприємства, що приватизується, з економічного та суспільного поглядів. Нові та перспективні для українського ринку способи приватизації – угода про оренду та контракт на управління, що були нами запропоновані для впровадження, – є тимчасовими заходами для поліпшення економічних показників діяльності державних підприємств, розвитку малорентабельних підприємств стратегічного значення,

що можуть протидіяти темпам та обсягам приватизації, та потребують подальшого вивчення, вдосконалення, практичного застосування.

Основними науковими результатами цієї статті є запропонований подальший розвиток теоретичних аспектів визначення способів приватизації підприємства за рахунок уведення нових способів приватизації, здатних стримувати приватизаційний процес, схематичний опис процесу приватизації та класифікація способів приватизації.

БІБЛІОГРАФІЙНИЙ СПИСОК:

1. Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Сучасна економіка: навч. посіб. К.: Вища шк., 2005. 327 с.
2. Экономика предприятия: учеб. пособ. / Под общ. ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. Сумы: Университетская книга, 2002. 632 с.
3. Матеріали сайту Центра соціально-економічних досліджень. URL: www.case-ukraine.com.ua.
4. Закон України «Про приватизацію майна державних підприємств». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2623-12>.
5. Закон України «Про приватизацію державного майна». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2163-12>.
6. Закон України «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2171-12>.
7. Кальниченко Л., Мендрул А. Реструктуризация предприятий в условиях становления рыночной среды. Экономика Украины. 2000. № 10. С. 27–33.
8. Закон України «Про оренду державного та комунального майна». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2269-12>.
9. Приватизація: чому навчас світовий досвід / За ред. О.Т. Болотіна. М.: Наука, 2000.

СУЧАСНИЙ СТАН БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ НА РИНКУ ЗЕРНОВИХ

CURRENT STATE OF EXCHANGE TRADE ON THE MARKET OF GRAINS

Резнік Н.П.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри біржової діяльності і торгівлі,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Ліщук Ю.А.

здобувач кафедри біржової діяльності і торгівлі,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

У статті на основі проведеного аналізу доведено, що Україна є однією з найбільших виробників зерна в Європі. Виявлено, що рівень цін на зернові за останні чотири-п'ять років значно підвищився як на світовому, так і на вітчизняному ринку, що потребує розвитку зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств через товарні біржі. Для зернових культур необхідно взяти низку заходів щодо демонополізації ринку зернових трейдерів; розроблення й упровадження системи економічних заходів, спрямованих на зацікавленість виробників у реалізації свого зерна на відкритих біржових торгах; упровадження нових біржових технологій на основі страхування цінкових ризиків, гарантії виконання контрактів, хеджування.

Ключові слова: товарна біржа, фінансові інструменти, аграрна біржа, аграрний ринок, товарні деривативи.

В статті теоретично доказано, що Україна являється однією з найбільших виробників зерна в Європі. Аргументовано, що рівень цін на зернові за останні чотири-п'ять років значно підвищився як на світовому, так і на вітчизняному ринку, що потребує розвитку зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств через товарні біржі. Для зернових культур необхідно взяти низку заходів щодо демонополізації ринку зернових трейдерів; розроблення й упровадження системи економічних заходів, спрямованих на зацікавленість виробників у реалізації свого зерна на відкритих біржових торгах; упровадження нових біржових технологій на основі страхування цінкових ризиків, гарантії виконання контрактів.

Ключевые слова: товарная биржа, финансовые инструменты, аграрная биржа, аграрный рынок, товарные деривативы.

In the article it is theoretically proved that Ukraine is one of the largest producers of grain in Europe. It is argued that the price level of grain in the last 4-5 years has significantly increased both in the world and in domestic markets. It is concluded that the foreign economic activity of agricultural enterprises through commodity exchanges is in need of development. For grain crops, it is necessary to take a series of measures to demonopolize the grain traders market; development and implementation of a system of economic measures aimed at the interest of producers in the sale of their grain at open stock exchanges; introduction of new exchange technologies based on price risk insurance, contract performance guarantees.

Key words: commodity exchange, financial instruments, agrarian exchange, agrarian market, commodity derivatives.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У забезпеченні розвитку аграрного сектору економіки важлива роль відведена товарній біржі як організатору ринкових взаємовідносин між учасниками аграрного ринку, що має позитивно вплинути на підвищення ефективності виробництва та збуту сільськогосподарської продукції, в тому числі зерна та зміцнити авторитет держави на світовому ринку.

За таких умов своєчасним стає вдосконалення та подальший розвиток біржового ринку зерна як базового складника вітчизняної біржової діяльності на аграрному ринку. Біржовий ринок у нашій країні не зайняв відповідного місця, як того вимагає ринкова економіка, та потребує переосмислення його ролі і призначення. Це пояснюється як відсутністю необхідних організаційно-економічних умов для його ефективного функціонування, так і відношен-

ням до біржової торгівлі потенційних її учасників, насамперед виробників зерна, продавців матеріально-технічних ресурсів, трейдерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вагомий внесок у вивчення проблем розвитку біржового ринку сільськогосподарської продукції зроблений багатьма зарубіжними та вітчизняними дослідниками, серед яких: Б. Дмитрук, Р. Дудяк, О. Лактіонов, Г. Машлій, О. Мограб, Л. Примостка, Н. Резнік, П. Саблук, В. Савченко, М. Солодкий, О. Сохацька, Г. Шевченко, О. Шпичак, В. Яворська.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. У період становлення та розвитку вітчизняного біржового сільськогосподарського ринку особливого значення набуває діяльність біржових організацій. Ефективне функціонування ринку біржових послуг є одним з основних чинників розвитку вітчизняної економіки.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – обґрунтування заходів удосконалення діяльності функціонування біржового ринку зерна, а саме моніторинг світового та вітчизняного ринків зернових культур та діагностика стану і тенденцій біржової торгівлі на ринку зерна в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Україна є однією з най-

більших виробників зерна в Європі, зібравши 60,1 млн. т у 2015 р. і 63 млн. т у 2016 р. Подібна врожайність спостерігається з 2013 р. Крім того, за останні десять років країна перетворилася на найбільшого експортера зерна в регіоні. Зернове господарство відіграє важливу роль в аграрному секторі України, забезпечуючи стабільне постачання населення хлібом і хлібобулочними виробами, а також сировиною для промислової переробки. Виробництво, переробка та експорт зерна в Україні дають суттєві грошові надходження до бюджету й є важливими секторами працевлаштування населення країни. Крім того, зернова галузь країни має суттєвий потенціал розвитку, пов'язаний передусім із наявністю багатих земельних ресурсів і достатньою кількістю кваліфікованої робочої сили. Нині потенціал зернової галузі України оцінюється у 80–100 млн. т щорічного виробництва зерна й олійних культур [1].

Ринок зерна являє собою систему товарно-грошових відносин, що виникають між його суб'єктами в процесі виробництва, зберігання, торгівлі та використання зерна на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямів реалізації зерна та визначення цін, а також державного контролю над його якістю та зберіганням. Суб'єктами ринку зерна є виробники зерна, підприємства зі зберігання зерна, установи державного регулювання ринку зерна, суб'єкти заставних закупок, акредитовані біржі та ін. (рис. 1) [2].

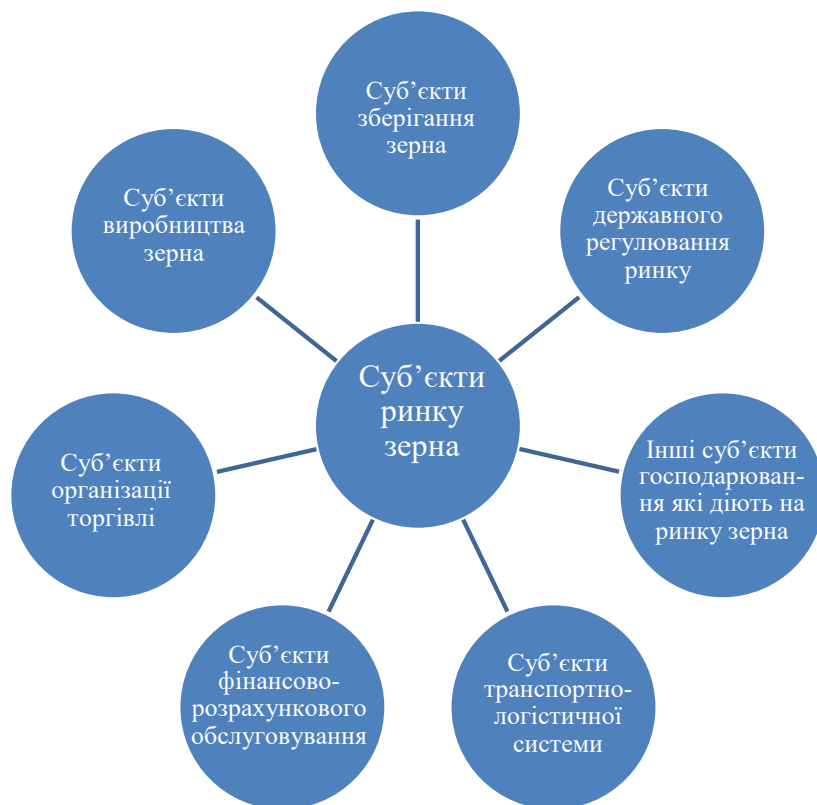


Рис. 1. Суб'єкти ринку зерна України [2]

Україна стала частиною глобального зернового ринку і визнаним гравцем – зерновиробником та експортером. Учасники ринку розходяться у прогнозах на ціни зернової культури в 2017/2018 маркетинговому році (МР). З одного боку, на ринку є запаси зернових, що поповнюються новим урожаєм, а в низці регіонів очікується високий урожай – ціни на внутрішньому ринку зернових знижуються. Але через зростання цін на паливо така тенденція може змінитися на протилежну. Оскільки обмеження на транспортування вантажів до 40 т негативно позначається на вартості сільгосппродукції, всі витрати будуть компенсуватися за рахунок ціни на зернові культури [3].

На основі прогнозів ФАО світове виробництво пшениці у 2017/2018 МР буде становити 732 млн. т, переважно за рахунок США, РФ та ЄС. Та світовий попит зернових, за прогнозами ФАО, в 2017/2018 МР буде збільшено на 1,3% від прогнозів, зроблених раніше. А от світові запаси на кінець сезону сільськогосподарських робіт у 2017 р. будуть на 1,5% нижче від попереднього прогнозу.

Американські експерти прогнозують цього року рекордну середню врожайність пшениці у світі – 33,3 ц/га, що нівелює 2,2% скорочення посівних площ, при цьому перехідні залишки зростуть на 6,1%, до рекордних 258 млн. т. В Україні ж, за оцінками експертів УКАБ, урожай зернових культур у 2016 р. очікується на рівні 59,8 млн. т, що на 0,3 млн. т менше аналогічних показників минулого року. Найбільшу частку в урожаї зернових займає кукурудза, валовий збір якої становить

27,3 млн. т. Проте підвищення попиту в 2017/2018 МР не дасть змоги наростити перехідні залишки. Водночас через скорочення посівних площ очікується зниження валового збору пшениці з 26,5 млн. т у 2015 р. до 23 млн. т цього року. Валовий збір ячменю оцінюється в 7,9 млн. т (-5% порівняно з минулим роком), що за підсумками року оцінюється у 20,5 млн. т, це на 0,6% нижче показників 2016/2017 МР. Український експорт зернових оцінюється на рівні 17,2 млн. т (+8,5%).

Падіння цін на зернові на початку нового сезону є досить традиційним. У зв'язку з інформацією про прогнозні рекорди врожаю зернових у США і високий урожай у Чорноморському регіоні вже на початок липня цього року ціни знижуються. Станом на середину липня закупівельна ціна на кукурудзу на умовах поставки EXW коливається в межах 3 900 грн./т у Луганській області та 4 900 грн./т в Одеській області, СРТ-термінал: 4500–5000 грн./т. Цінова динаміка на ячмінь дещо знизилася і коливається у межах 3580–4000 грн./т на умовах поставки СРТ-термінал та на умовах EXW від 2 960 грн./т у Луганській області до 3 475 грн./т у Миколаївській області. На ринку пшениці III класу спостерігається невелика різниця на умовах СРТ-терміналу – від 3 400 грн./т до 4 125 грн./т, у середньому ціна знизилася до 3 985 грн./т порівняно із середніми показниками у червні цього року (4 400 грн./т), на умовах EXW зниження ціни спостерігається від 3 515 грн./т у Луганській області до 4 150 грн./т в Одеській області, середня ціна становить 3 815 грн./т проти 4 100 грн./т середини червня цього року.

World Wheat, Flour, and Products Trade
July/June Year, Thousand Metric Tons

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17 Oct	2016/17 Nov
TY Exports						
Argentina	7,450	1,675	4,200	8,860	8,000	8,000
Australia	21,269	18,339	16,575	15,782	20,500	20,500
Brazil	1,753	81	1,688	1,063	1,500	1,500
Canada	18,584	22,156	24,877	22,141	21,500	21,500
European Union	22,786	32,032	35,418	34,677	25,000	25,000
Kazakhstan	6,801	8,000	5,507	7,600	8,500	8,500
Mexico	729	1,322	1,104	1,568	1,500	1,500
Russia	11,308	18,609	22,800	25,543	30,000	30,000
Turkey	3,583	4,293	4,134	5,609	5,600	5,600
Ukraine	7,190	9,755	11,269	17,431	15,500	15,500
Others	18,117	14,726	11,228	10,034	9,947	9,997
Subtotal	119,570	130,988	138,800	150,308	147,547	147,597
United States	27,734	31,519	22,999	21,856	26,000	26,000
World Total	147,304	162,507	161,799	172,164	173,547	173,597

Рис. 2. Світові показники виробництва та продажу пшениці

Джерело: USDA

Середня ціна за тону пшениці на внутрішньому ринку України у I кварталі 2017/2018 маркетингового року прогнозується на рівні 3 700 грн./т (+6% до 2015/2016 МР), ячменю – 3 500 грн./т (+5%), кукурудзи – 3 300 грн./т (відповідає середній ціні 2016/2017 МР).

За даними Мінагрополітики, нинішнього року зібрали 63 млн. т зерна. У структурі виробництва домінуватиме кукурудза. Обсяги виробництва цього зерна оцінюються у близько 26 млн. т. Загалом урожай цього року перевищить тогорічний на 5%, або на 3 млн. т. Оскільки внутрішні потреби країни в зерні щороку становлять у межах 29 млн. т, то збільшення загального його виробництва впливає на зростання експортного потенціалу (рис. 3).

Разом із тим якісного продовольчого зерна у цьому сезоні буде менше порівняно з попереднім. Через суттєві перепади температур, рясні опади і спеку частина продовольчої пшениці за невідповідністю якісним показникам потрапила до фуражної групи. До того ж економія аграріїв на обробці посівів пшениці засобами захисту рослин призвела до ураження хворобами частини зібраного врожаю.

Вирощують пшеницю як сільськогосподарські підприємства, так і господарства населення. При цьому частка агроформувань у структурі виробництва становить майже 81%. Частка сільського населення займає близько 19–20% від загального обсягу збижжя цієї зернової культури. Торік аграрії зібрали 26,5 млн. т зерна з площі 6,7 млн. га за середньої врожайності 39,8 ц/га. Основне виробництво цієї культури зосереджено у центральних регіонах України. Так, більше за інших у 2015 р. зібрали пшениці в Харківській (2,2 млн. т), Дніпропетровській (2,0 млн. т) та Запорізькій (2,0 млн. т) областях.

Виробництво зерна у світі має позитивну тенденцію. За прогнозами USDA, у 2018/2018 маркетинговому році світове виробництво зерна (пшениці, фуражного зерна та рису) становитиме 2,55 млрд. т, що на 3,8% перевищує попередній сезон. Збільшення обсягів виробництва відбудеться в усіх групах зерна. Так, загальний урожай пшениці підвищиться на 1,2%, до 743,4 млн. т, фуражного зерна – на 6%, до 1,32 млн., рису – на 2,25%, до 481,1 млн. т. (рис. 4)

Новий зерновий сезон відзначатиметься зниженням міжнародної торговельної активності та зростанням світових запасів зерна. Очікується, що торговельний обіг зерна становитиме 383,6 млн. т, тобто на 7,2 млн. менше, ніж попереднього сезону. Своєю чергою, перехідні запаси на кінець 2017/2018 МР зростуть до 622 млн. т, або на 4%, до попереднього показника.

Пшениця є основним зерном не тільки в Україні, а й у світі. Обсяги її виробництва мають сталу тенденцію до зростання. За прогнозами Міністерства сільського господарства США (USDA), світове виробництво пшениці в 2016/2017 МР становитиме понад 734 млн. т, що на 1% перевищить рівень попереднього року.

Збільшенню виробництва сприятиме утримання врожайності на відносно високому рівні. Впродовж останніх трьох сезонів вона не опускалася нижче 3,3 т/га. При цьому площа до збирання культури збільшилася порівняно з попереднім сезоном на 2,3 млн. га та досягла майже 225 млн. га.

Одночасно зі збільшенням виробництва пшениці зросло її споживання. Разом із тим упродовж останніх трьох років спостерігався позитивний баланс надходження та використання зерна. За даними USDA, світове споживання пшениці врожаю 2015 р. буде рекордним та становитиме



Рис. 3. Динаміка виробництва зерна в Україні [19]

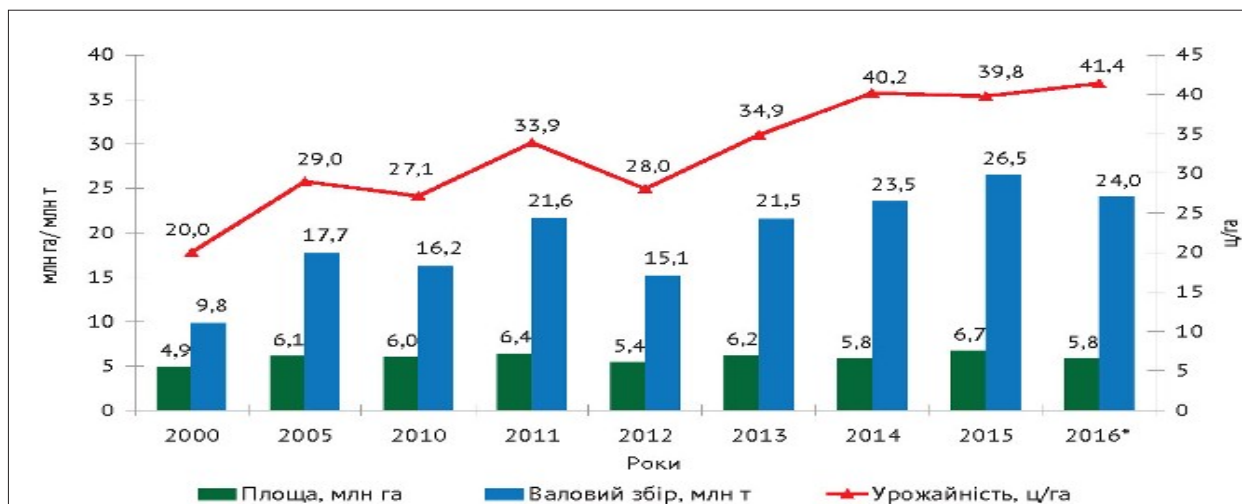


Рис. 4. Динаміка виробництва озимої пшениці в Україні

Джерело: USDA

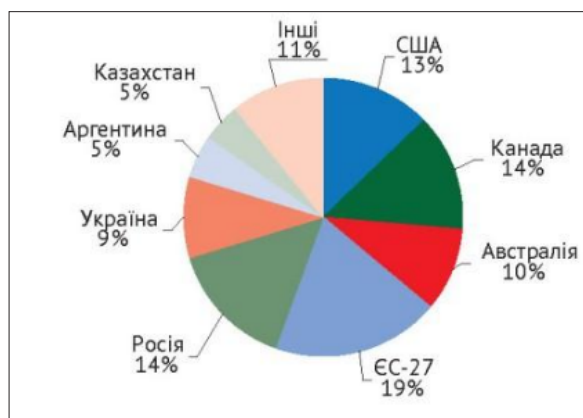


Рис. 5. Структура світового експорту пшениці в 2016/2017 маркетинговому році

Джерело: USDA

	Звітна дата	Зміна ціни за тиждень
CBOT	152,9 дол./т	+3,1 дол./т
Matif	185,5 дол./т	+1,6 дол./т
Продовольче зерно		
Україна FOB (пропозиція)	167–171 дол./т	+4 дол./т
Україна FOB (попит)	164–169 дол./т	+5 дол./т
Внутрішній ринок		
Експортно-орієнтовані компанії, СРТ-порт	4050–4300 грн/т	+100 грн/т
Переробники, СРТ-підприємство	3600–4350 грн/т	+50 грн/т
Пропозиція, EXW	3650–4500 грн/т	+50 грн/т
Фуражне зерно		
Україна FOB (пропозиція)	159–163 дол./т	+4 дол./т
Україна FOB (попит)	157–161 дол./т	+4 дол./т
Внутрішній ринок		
Експортно-орієнтовані компанії, СРТ-порт	3950–4150 грн/т	+100 грн/т
Переробники, СРТ-підприємство	3000–3750 грн/т	-
Пропозиція, EXW	3250–4000 грн/т	-

Рис. 6. Дані біржових показників ринку по пшениці

Джерело: Piguа звіт

майже 708 млн. т. Це більше порівняно з минулим сезоном на 3,2 млн. т, або на 0,5%.

Попри зростання споживання зерна його світові кінцеві запаси зростають. На кінець поточного сезону вони очікуються на рекордному рівні, а саме близько 243 млн. т, що на 12% більше минулорічного.

Світова торгівля стає активнішою (рис. 5). Обсяги експортно-імпортних операцій на пшеницю досягнуть 168 млн. т. Основними покупцями на світовому ринку залишаться Єгипет, Індонезія, Алжир, країни ЄС-27 та Бразилія. Головним експортером цього зерна є країни Європейського Союзу. У поточному сезоні ЄС-27 планує продати на зовнішніх ринках 33 млн. т пшениці, що становить майже 20% світової торгівлі. Україна перебуває на шостій сходинці експортерів пшениці з очікуваним обсягом зовнішніх продажів цього зерна в поточному сезоні на рівні 15,8 млн. т.

Пшениця належить до стратегічних видів агропродукції. Від цієї культури залежать основа продовольчої безпеки та формування експортного потенціалу держави. Пшениця користується постійним попитом на внутрішньому та зовнішньому ринках. Ціни на це зерно знаходяться на високому рівні, що дає можливість відшкодувати понесені витрати та в подальшому розвивати виробництво цієї культури.

На товарних біржах України здійснюється переважно (понад 80%) торгівля наявним товаром, а не стандартними контрактами на поставання товару в майбутньому (ф'ючерсні та опційні контракти). Спотові контракти – це операції з негайною поставкою товару, тобто фактично товарні біржі є організованим каналом оптової реалізації продукції, через який здійснюється купівля-продаж сільгосппродукції.

Експортний ринок України продовжив своє зростання. Середні ціни FOB на продовольчу і фуражну пшеницю з поставкою у листопаді/грудні за тиждень виросли на 1 долар на тонні. Основну підтримку ціни продовжує надавати значний попит із боку країн-імпортерів (рис. 6).

Аграрії, як і раніше, стримували реалізацію великотоннажних партій зерна з якісними показниками, що відповідають вимогам ДСТУ, очікуючи зростання цін у короткостроковій перспективі.

Рівень цін на зернові за останні чотири-п'ять років значно підвищився як на світовому, так і на вітчизняному ринку. Це сталося за рахунок багатьох чинників, зокрема й погодних умов: по-перше, значними темпами зростає попит на продукти харчування з боку великих країн-споживачів; по-друге, істотно подорожчали енергоресурси, які використовуються у сільському господарстві; по-третє, постійне зростання вартості енергетичних ресурсів змусило шукати альтернативні джерела енергії – біопаливо виробляється з таких сільськогосподарських культур, як кукурудза, жито, рапс тощо, що теж спонукає до підвищення попиту, а разом із тим і цін на сільськогосподарську продукцію.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Потребує розвитку зовнішньоекономічна діяльність сільськогосподарських підприємств через товарні біржі. Для зернових культур необхідно вжити низку заходів щодо: демонополізації ринку зернових трейдерів; розроблення й запровадження системи економічних заходів, спрямованих на зацікавленість виробників у реалізації свого зерна на відкритих біржових торгах; запровадження нових біржових технологій на основі страхування цінових ризиків, гарантії виконання контрактів; створення експортної компанії, яка буде забезпечувати 80% експорту зерна, купуючи його лише на біржовому ринку за світовими цінами з вирахуванням рентабельності (3–5%); запровадження для виробників сільськогосподарської продукції пільгового оподаткування за умови продажу 80% виробленої (задекларованої) продукції на біржовому ринку.

З кожним роком вплив міжнародних цін на ціни внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції зростає. Так, якщо порівняти динаміку цін на зернові в Україні зі світовими, то виявиться певна закономірність, коли рівень взаємодії підвищується, незважаючи навіть на відносну закритість українського ринку та високий рівень адміністративного регулювання. Ефективний товарний ф'ючерсний ринок може забезпечити вірні сигнали для спотових ринкових цін та визначає можливість отримання прибутку, який може бути гарантованим як частина торговельного процесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рейтингове агентство IBI-Rating. URL: <http://ibi.com.ua> (дата звернення: 01.04.2018).
2. Слободяник А.М., Авраменко А.К. Ф'ючерсна торгівля як спосіб вирішення цінової проблеми на товарних ринках України. Агросвіт. 2018. № 7. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/7_2018/7.pdf (дата звернення: 24.04.2018).
3. Аграрна біржа. URL: <http://agrex.gov.ua/> (дата звернення: 05.04.2018).
4. Резнік Н.П. Міжнародна практика інвестування аграрного сектору. Формування ринкових відносин. 2008. № 12(91). С. 65–67. URL: http://library.cibs.ubs.edu.ua/CGI-BIN/irbis64r_12/cgiirbis_64.exe?LNG=&Z21ID=&I21DBN=PER_PRINT&P21DBN=PER&S21STN=1&S21REF=&S21FMT=fullw_print&C21COM=S&S21CNR=&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A&S21STR=%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D1%96%D0%BA,%20%D0%9D.%20%D0%9F

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DIRECT FOREIGN INVESTMENT IN THE ECONOMY OF UKRAINE

Танасієнко Н.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Хмельницький національний університет

Костюк І.В.

студентка,
Хмельницький національний університет

У статті теоретично обґрунтовано поняття прямих іноземних інвестицій та визначено їхню роль в економіці країни, наведено основні переваги та недоліки як одного з основних економічних явищ. Проаналізовано сучасний стан залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України, динаміку та структуру прямих іноземних інвестицій за регіональним, галузевим та географічним розподілом в умовах глобалізації. Визначено ключові проблеми залучення прямих іноземних інвестицій, які стримують їх приплив в економіку нашої країни. На основі цього запропоновано низку пріоритетних напрямів поліпшення привабливості інвестиційного клімату в Україні.

Ключові слова: прями іноземні інвестиції (іноземний капітал), інвестиційний клімат, Індекс інвестиційної привабливості, державне регулювання, іноземний інвестор, економічний розвиток.

В статье теоретически обосновано понятие прямых иностранных инвестиций и определена их роль в экономике страны, приведены основные преимущества и недостатки как одного из основных экономических явлений. Проанализированы современное состояние привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику Украины, динамика и структура прямых иностранных инвестиций по региональному, отраслевому и географическому распределению в условиях глобализации. Определены ключевые проблемы привлечения прямых иностранных инвестиций, которые сдерживают их приток в экономику нашей страны. На основе этого предложен ряд приоритетных направлений улучшения привлекательности инвестиционного климата в Украине.

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции (иностраннный капитал), инвестиционный климат, Индекс инвестиционной привлекательности, государственное регулирование, иностранный инвестор, экономическое развитие.

The article gives a theoretical concept of the notion of direct foreign investments and defines its role in the economy of the country, presents main advantages and disadvantages as one of the main economic phenomena. Analyzed the current state of attraction of direct foreign investments into the Ukrainian economy and dynamics of their inflow, as well as analyzed the dynamics and structure of foreign direct investment in the Ukrainian economy according to regional, sectorial and geographical distribution in the conditions of globalization. In addition, defined key problems attraction of direct foreign investment, which hold back their influx into the economy of our country. On the basis of this, proposed a number of priority directions of improvement of investment attractiveness of Ukraine.

Key words: direct foreign investments (foreign capital), foreign climate, index of investment attractiveness, state regulation, foreign investor, economical development.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах господарювання іноземні інвестиції є одними з основних рушійних засобів створення необхідних умов виходу країни з економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, прискорення науково-технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності як

на мікро-, так і макрорівні тощо. До того ж іноземні інвестиції є одним із показників ступеня інтеграції країни у світове господарство, важливим чинником подальшого розвитку зовнішньоекономічних відносин між країнами.

Сьогоднішня економіка України знаходиться у доволі складній ситуації, яка зумовлена насамперед агресивною політикою Російської Федерації проти нашої держави, окупацією Криму та

подальшим проведенням військових операцій на сході країни. Ці всі події, безумовно, негативно впливають на рішення іноземних інвесторів щодо вкладення свого капіталу в розвиток нашої економіки, внаслідок чого в країні наявна низька інвестиційна активність. Тож залучення якомога більшого обсягу іноземних інвестиційних надходжень до економіки України, особливо під час економічної кризи, є вкрай необхідним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вагомий внесок у дослідження проблематики залучення прямих іноземних інвестицій зробили такі зарубіжні вчені, як Р. Борсук, А. Разін, Є. Бріггем, П. Фішер тощо. Дана проблематика знайшла своє відображення також у наукових працях вітчизняних учених: А.А. Пересади, Н.Є. Скоробогатова, Ю. Коваленко, А. Філіпенка, Д. Лук'яненко, Є. Бойко, В. Волошина, О. Мозгового, О.О. Балануца, С.В. Захаріна, О.І. Рогач, Л.М. Шик, С.В. Козловського, Б.В. Губського, Я. Жаліла, В. Шевчука, Г. Іванова, А. Омельченка, Н. Вознесенської, Б. Губського та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проте, незважаючи на те що у світі сьогодні наявна доволі велика кількість наукових праць видатних учених-економістів у цій сфері, існують питання, які потребують подальшого вивчення, дослідження, наукових та практичних розробок. Серед таких можна виділити дослідження впливу прямих іноземних інвестицій на економіку будь-якої країни, у тому числі й України, на вирішення соціальних проблем суспільства та забезпечення добробуту нації, інвестиційної привабливості країни та перспектив розвитку подальших надходжень прямих іноземних інвестицій тощо.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження сучасного стану залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України та динаміки їх надходження, визначення переваг та загроз від їх залучення, аналіз динаміки та структури прямих іноземних інвестицій в українську економіку за регіональним, галузевим та географічним розподілом, а також висвітлення основних проблем, що перешкоджають надходженню інвестицій, та визначення напрямів ефективного їх залучення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Як відомо, інвестиції відіграють доволі важливу роль у формуванні та розвитку економіки будь-якої країни. Україна як держава великих перспектив та можливостей є не винятком, і вже протягом багатьох років одним із пріоритетних напрямів її розвитку є якомога більше залучення прямих іноземних інвестицій в економіку країни. Проте слід відзначити, що за останні роки економіка нашої країни так і не змогла подолати глибокі структурні деформації та, як і раніше, відстає від розвинених країн світу безпосередньо за сукуп-

ною продуктивністю всіх факторів виробництва і, як наслідок, рівнем добробуту населення.

Відповідно до чинного законодавства, іноземні інвестиції трактуються як цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України для отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [1]. Як одна з форм іноземних інвестицій прями іноземні інвестиції (foreign direct investment – FDI) є міжнародними інвестиціями, здійснені резидентами в одній країні для реалізації своєї довгострокової зацікавленості в підприємствах іншої країни. За визначенням Міжнародного валютного фонду (МВФ) це закордонні інвестиції, величиною у понад як 10% статутного капіталу, що дає зацікавленій стороні право на участь в управлінні підприємством [2].

Світова практика стверджує, що без ефективного залучення іноземних інвестицій неможливо здійснити структуру перебудову економіки країни, зменшити науково-технологічну відсталість народного господарства та забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної продукції на міжнародних ринках, тому прями іноземні інвестиції виступають насамперед як один з основних чинників, який сприяє економічному зростанню та розвитку країни у цілому.

Процес залучення прямих іноземних інвестицій дає можливість країні-реципієнту отримати низку вигод, серед яких основними є: поліпшення платіжного балансу; модернізація, тобто залучення завдяки іноземним інвестиціям міжнародних моделей виробничих технологій та організації праці; трансфер (передача) новітніх технологій; підвищення рівня ринкової конкуренції; системність використання ресурсів; розбудова соціальної інфраструктури та підвищення рівня зайнятості.

Проте слід констатувати, що доволі важко визначити, який же насправді ефект впливу іноземних інвестицій на рівень зайнятості. З одного боку, саме завдяки створенню нових підприємств з іноземними інвестиціями відбувається збільшення нових робочих місць, проте з іншого – модернізація вже діючих підприємств здебільшого призводить до звільнення працюючих.

До того ж існують і реальні загрози залучення іноземних інвестицій, серед яких виділяють: експлуатацію сировинних ресурсів та забруднення навколишнього середовища; зростання рівня залежності країни від іноземного капіталу; падіння рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, трансфер капіталу за кордон тощо.

Слід відзначити, що спостереження за процесами надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України здійснюється Національним банком України, а також Державною службою статистики, тому для ефективного аналізу сучасного стану залучення прямих іноземних інвестицій та динаміки їх надходження до національної економіки, структури прямих іноземних інвестицій за галузевим, регіональним та географічним розподілом використовуємо статистичні дані, сформовані Державною службою статистики.

Протягом останніх кількох років ми можемо спостерігати доволі нестабільну динаміку надходження прямих іноземних інвестицій в економіку країни. Проте слід констатувати той факт, що навіть той обсяг іноземних інвестицій, який надходить до нашої країни, не відповідає рівню, якого потребує економіка. Аналіз динаміки надходжень прямих іноземних інвестицій за останні п'ять років наведено на рис. 1.

На основі рис. 1 можна зробити висновок, що загалом обсяг надходження прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України станом на 1 січня 2018 р. становить 37 513,6 млн. дол., що трохи більше, ніж обсяг прямих іноземних інвестицій на початку 2017 р. (на 3,8%).

Окрім того, слід зазначити, що економіка України отримувала найбільшу кількість іноземних інвестицій у 2013–2014 рр., що відповідно становлять 51 705,3 млн. дол. та 53 704,0 млн. дол. Починаючи з 2015 р. відбулося доволі стрімке скорочення рівня надходження іноземних інвес-

тицій до нашої країни. Станом на 1 січня 2015 р. сума надходжень зменшилися на 24,2% [7]. Таке падіння насамперед спричинене агресивною політикою Російської Федерації проти нашої держави, окупацією Криму та проведенням військових операцій на сході України, макроекономічним гальмуванням, стрімкою девальвацією й інфляцією та зниженням рівня споживання населення.

Доволі важливо для будь-якої країни, аналізуючи динаміку надходжень прямих іноземних інвестицій, розуміти, хто її потенційний інвестор. За останні роки галузева структура розподілу іноземних інвестицій дещо видозмінилася, проте основними країнами – інвесторами України станом на 1 січня 2018 р., на яких припадає 70% усіх інвестицій, є країни ЄС, а з інших країн світу – 30% від усього іноземного інвестування.

На кінець 2017 р. основну десятку інвесторів України очолюють Кіпр, Нідерланди, Велика Британія, Німеччина, Франція, Австрія, Люксембург, Польща, Угорщина та Швеція (рис. 2).

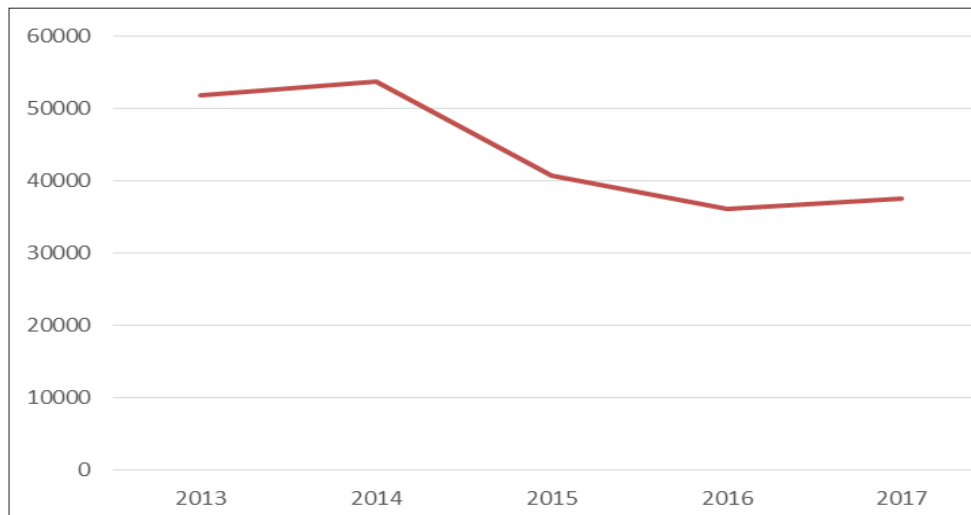


Рис. 1. Динаміка надходжень прямих іноземних інвестицій в економіку України за 2013–2017 рр. (млн. дол. США)

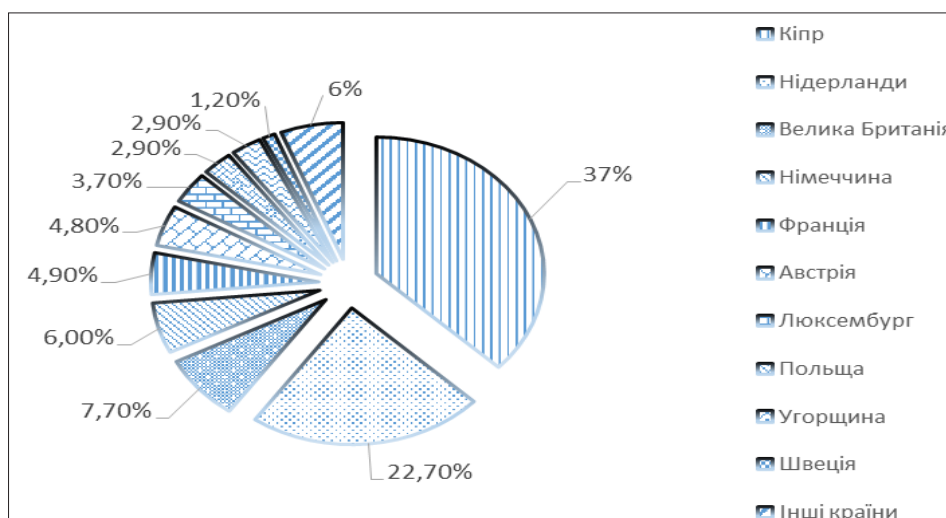


Рис. 2. Прямі іноземні інвестиції з країн світу в економіці України в 2017 р. [7]

Слід відзначити, що Україна за останні роки втратила доволі значну частку інвестицій від таких країн, як Німеччина, Франція, Австрія тощо. Наприклад, Німеччина ще в 2013 р. інвестувала в економіку України 4 496,3 млн. дол., що на 35,2% більше, ніж сьогодні [7].

Існують припущення, що метою інвестування для багатьох іноземних інвесторів поки що є використання українського ринку для отримання швидкого прибутку. Сьогодні існує схильність інвесторів до фінансових зловживань і відмивання коштів. Високий ступінь інвестування з такої країни, як Нідерланди, пояснюється суттєвими пільгами для зареєстрованих у них іноземних компаній, а отже, їм притаманні певні елементи офшорності, проте несівставні з Кіпром. Режим офшорної зони, що діє на Кіпрі, сприяв здійсненню з території острова так званих «опосередкованих» ПІІ, які значно перевищують власні кіпрські інвестиції. За попередніми оцінками, значну частину прямих іноземних інвестицій із Кіпру здійснюють дочірні структури українських фірм. Основними галузевими пріоритетами вкладення інвестицій вищевказаних країн є фінансова та страхова діяльність, операції з нерухомим майном, оптова та роздрібна торгівля, інформація та телекомунікації, харчова та хімічна промисловість, металургійне виробництво, виробництво гумових та пластмасових виробів, машинобудування та ін. [3].

Найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій надходить у такі економічно розвинені регіони, як Дніпропетровська (3 491,1 млн. дол.), Київська (1 516,8 млн. дол.), Одеська (1 330,4 млн. дол.), Донецька (1 249,6 млн. дол.), Львівська (1 111,4 млн. дол.), Полтавська (1 003,0 млн. дол.) області та м. Київ, куди надходить 59,8% усіх залучених іноземних інвестицій [7]. Проте наявний нерівномірний розподіл

іноземних інвестицій між окремими регіонами спричиняє соціально-економічний розрив між ними, що відображається у різних рівнях розвитку цих регіонів.

Загалом інвестиційна привабливість регіонів країни має тенденцію змінюватися кожного року. На цей процес впливають різні чинники, нині це стан війни, в якому перебуває Україна вже довгий час (суттєво знизилася інвестиції у Донецьку та Луганську області, відбувся їх відтік), а також підписання Угоди про асоціацію з ЄС. Останнє дає змогу підвищити інвестиційний рейтинг, передусім регіонів, що знаходяться ближче до європейських кордонів, і важливо, що сьогодні вже є певні зрушення у цьому напрямі. Так, наприклад, у 2014 р. найбільш привабливими регіонами, відповідно до Індексу інвестиційної привабливості, стали Львівська, Івано-Франківська та Одеська області [4].

Здійснюючи аналіз надходжень прямих іноземних інвестицій до економіки країни, їх географічний та регіональний розподіл, необхідно також проаналізувати галузеву структуру розподілу даних інвестицій, тобто в які види економічної діяльності насамперед спрямовується капітал іноземних інвесторів. На основі табл. 1 пропонуємо розглянути та водночас проаналізувати динаміку надходжень прямих іноземних інвестицій у найбільш розвинені галузі економіки України протягом останніх п'яти років.

Проаналізувавши дані табл. 1, можна стверджувати, що протягом останніх п'яти років найбільш привабливими видами економічної діяльності для іноземних інвесторів є промисловість, фінансова та страхова діяльність, операції з нерухомим майном, оптова та роздрібна торгівля: ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів. Найменша частка іноземних інвестицій була залучена у сільське господарство,

Таблиця 1
Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну за видами економічної діяльності
(млн. дол. США) [7]

Галузі	Рік				
	2013	2014	2015	2016	2017
Сільське, лісове та рибне господарство	717,8	776,9	617,0	502,2	586,2
Промисловість	18 031,1	17 681,4	12 419,4	9 893,6	9 667,6
Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність	1427,6	1535,3	1355,5	1088,0	1086,0
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1760,4	1686,9	1340,2	1222,7	1507,3
Будівництво	1 408,5	1 580,0	1 301,9	1 104,1	1 043,3
Оптова та роздрібна торгівля: ремонт автотранспортних засобів	6 070,6	6 807,8	6 037,6	5 247,4	5 106,5
Інформація та телекомунікації	1 840,4	1 894,7	1 646,2	2 089,4	2 075,7
Фінансова та страхова діяльність	13 094,9	12 261,4	8 790,3	8 382,0	9 910,7
Операції з нерухомим майном	3 878,3	4 768,3	3 979,4	3 882,1	3 764,4
Професійна, наукова та технічна діяльність	2 831,0	4 006,8	2 634,5	2 222,6	2 253,5

будівництво та у сферу інформацій та телекомунікацій тощо.

Так, за даними Державної служби статистики України, структура залучених прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку нашої країни станом на кінець 2017 р. такий вигляд: у фінансову та страхову діяльність було спрямована найбільша частка іноземних інвестицій – 26,4%, друге місце посідає промисловість, куди було спрямовано 25,8% (у тому числі в переробну промисловість – 20%) [7]. Проте слід відзначити, що хоча в розвиток таких сфер, як фінансова та страхова діяльність і промисловість, вкладається найбільша частка іноземних інвестицій, але ця частка станом на 2017 р. доволі суттєво зменшилася. Порівняно, наприклад, з 2013 р. надходження прямих іноземних інвестицій у дані сфери відповідно становили на 35% і 53,6% більше. Далі провідні позиції займають такі економічні види діяльності, як оптова та роздрібна торгівля: ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів – 13,6% , операції з нерухомим майном – 10% та професійна, наукова і технічна діяльність – 6% від загального обсягу іноземних інвестицій [7].

Хоча Україна – держава з перехідною економікою, проте вона не стоїть на місці. З кожним роком у нашій країні розробляються та впроваджуються нові державні програми соціально-економічного, технологічного, інноваційного тощо розвитку, але навіть за таких умов економічні показники держави доволі низькі порівняно з показниками інших країн, тому виникає проблема невизнання України як повноправного партнера та, як наслідок, малі обсяги надходження іноземного капіталу в країну.

Згідно з Індексом інвестиційної привабливості (International Business Compass), який розраховується міжнародною консалтинговою мережею BDO, станом на 2016 р. Україна опустилася на 130-е місце зі 174 країн світу (41-ша позиція). На основі цього можна стверджувати, що в Україні доволі несприятливий інвестиційний клімат, що зумовлює низьку інвестиційну активність суб'єктів світового господарства.

Обмежений приплив прямих іноземних інвестицій в економіку України та нерівномірність їх розподілу насамперед спричинені наявністю низки таких проблем, як корупція, нестабільність вітчизняного податкового законодавства та жорстка податкова система, незахищеність іноземного капіталу, інвесторів та їх прав власності, високий рівень інфляції в країні, девальвація української валюти відносно долара, відсутність ефективної системи страхування іноземного капіталу, нестабільність та непрозорість правового та політичного середовища, економічна криза в країні тощо.

Для поліпшення інвестиційного клімату в нашій державі та підвищення рівня припливу прямих іноземних інвестицій в економіку України, на нашу думку, необхідно:

– викоринити корупцію та хабарництво на всіх рівнях влади;

– поліпшити інвестиційний клімат у країні шляхом подолання негативних наслідків економічної та політичної кризи, стимулювання малого та середнього бізнесу та вдосконалення земельного, податкового, митного тощо законодавства;

– розробити та впровадити дієвий економічний механізм страхування ризиків вкладення іноземного капіталу;

– розробити сучасну систему захисту державою прямих іноземних інвестицій;

– удосконалити систему державного регулювання у сфері іноземного інвестування;

– пом'якшити державний або державно-бюрократичний тиск на підприємницьку діяльність та спростити систему функціонування регуляторного середовища;

– посилити відповідальність за неправомірне використання прав інтелектуальної власності іноземних суб'єктів господарської діяльності, за незаконне використання комерційних найменувань, копіювання зовнішнього вигляду товару тощо;

– підвищити рівень захисту та суспільного рівня життя громадян України;

– створити відповідні умови для розвитку сучасних фондових інструментів та ринку цінних паперів;

– максимально спростити процедуру взаємовідносини між підприємцями та державою у сфері іноземного інвестування тощо.

Нині пріоритетними завданнями влади на різних рівнях у сфері іноземного інвестування насамперед мають стати: ефективні та обґрунтовані реформи у сфері економіки; запровадження нових технологій у сферу виробництва; виробництво конкурентоспроможного товару широкого вжитку тощо.

Вважаємо, що запропонований вище перелік заходів позитивно вплине на інвестиційний клімат в Україні.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, проведене дослідження дає можливість зробити висновок, що прямі іноземні інвестиції є тією рушійною силою, що впливає на темпи економічного зростання та розвиток країни у цілому. Нині економіка України перебуває у доволі важкому кризовому стані, тому залучення додаткового капіталу у вигляді прямих іноземних інвестицій є важливою передумовою стабілізації та збалансування економічного стану країни. Як і будь-яке економічне явище, прямі іноземні інвестиції мають свої переваги та недоліки. Аналізуючи двоякий вплив іноземного капіталу на економіку України, можна зробити висновок, що їх залучення несе здебільшого значні переваги, ніж недоліки.

На основі аналізу динаміки надходжень іноземних інвестицій в економіку України слід констатувати тенденцію до зменшення притоку

іноземного капіталу, що зумовлено впливом негативних чинників.

Найголовнішими іноземними інвесторами за останні роки стали такі країни, як Кіпр, Нідерланди, Велика Британія, Німеччина, Франція, Австрія, Люксембург, Польща, Угорщина та Швеція. Найбільша частка їхнього капіталу насамперед спрямовується у такі галузі економіки України, як промисловість, фінансова та страхова діяльність, операції з нерухомим майном, оптову та роздрібну торгівлю: ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів тощо. Слід відзначити, що навіть надходження цього капіталу є недостатнім для побудови сильної та стабільної економіки.

Найголовнішими проблемами, які спричиняють низьку інвестиційну привабливість

України, насамперед є військові дії на сході України та окупація Криму, політична та економічна нестабільність, недосконалість законодавчої бази, корупція на всіх рівнях влади тощо. Запропоновані вище заходи щодо державного регулювання та стимулювання інвестиційної привабливості економіки України насамперед сприятимуть підвищенню економічного рівня розвитку країни, спрощенню ведення бізнесу в країні, підвищенню місця у міжнародних рейтингах, а також поліпшенню загального інвестиційного клімату та підвищенню рівня довіри до нашої країни з боку іноземних інвесторів. Отже, залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України залишається однією з нагальних проблем економічних реформ нашого уряду.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України: «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
2. Investopedia. Foreign Direct Investment – FDI. URL: <http://www.investopedia.com/terms/f/fdi.asp>.
3. Маркевич К.Л. Поточний стан та перспективи прямого іноземного інвестування в економіку України. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2015. Вип. 2(1). С. 249–255.
4. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів. URL: http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/rejting_investicijnoyi_privablivosti_regioniv_2014_1.pdf.
5. Прямі іноземні інвестиції: український та світовий контекст / Д.В. Мангушев, В.К. Пилипчук, Н.О. Смірнова. Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка». 2016. Т. 21. Вип. 5. С. 37–41.
6. Озімчук О.В. Вплив інвестицій на економічний розвиток України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 6. С. 224–228.
7. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 336.2

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

TAX CONTROL AS A KEY ELEMENT IN THE TAX SYSTEM

Алескерова Ю.В.

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Вінницький національний аграрний університет

Бельдій А.М.

студентка факультету обліку та аудиту,
Вінницький національний аграрний університет

У статті розглянуто податковий контроль, його трактування у вітчизняній та зарубіжній літературі, мету, класифікацію, призначення, сутність, принципи організації, як загальноправові, так і з урахуванням точок зору різних дослідників. Проаналізовано складові елементи податкового контролю, його функції тощо. Податковий контроль розглядається як неодмінний і дуже важливий складник державного контролю. Визначено основні причини нелегального ухилення від сплати податку, розглянуто види та теоретичні аспекти податкового контролю. Детально описано одну з функцій податкового контролю – адміністрування податків.

Як окрема система податковий контроль забезпечує здійснення процедур контролю, що спрямовані на видалення відхилень у діяльності системи, яка контролюється, причин виникнення цих відхилень, шляхів їх усунення, використовуючи при цьому власні методи, щоб досягти ефективного результату поставленої мети.

Ключові слова: податковий контроль, ухилення від податків, облік платників податків, податкове адміністрування, принципи контролю, класифікація податкового контролю.

В статье рассматриваются налоговый контроль, его интерпретация в отечественной и зарубежной литературе, цель, классификация, назначение, сущность, принципы организации, как общеправовые, так и включающие точки зрения разных исследователей. Проанализированы составляющие элементы налогового контроля, его функции, и т. п. Налоговый контроль рассматривается как неперемнная и очень важная составляющая государственного контроля. Определены основные причины нелегального уклонения от уплаты налога; определены виды и рассмотрены теоретические аспекты налогового контроля. Детально описана одна из функций налогового контроля – администрирование налогов.

Как отдельная система налоговый контроль обеспечивает осуществление процедур контроля, которые направлены на определение отклонений в деятельности контролируемой системы, причин возникновения этих отклонений, путей их устранения, используя при этом собственные методы, для эффективного достижения результата поставленной цели.

Ключевые слова: налоговый контроль, уклонение от налогов, учет плательщиков налогов, налоговое администрирование, принципы контроля, классификация налогового контроля.

The article discusses the tax control, particularly, interpretation of its concept in domestic and foreign literature sources, its classification, purpose, essence, principles of organization from the point of view of law and different researchers, the author also analyzes the constituent elements of tax control, its functions, and others. Tax control is regarded as a necessary and very important component of state control. The main causes of illegal evasion of taxes, certain types and theoretical aspects of tax control are considered. One of the functions of tax control, "administration of taxes", is described in details.

As a separate system, tax control provides the implementation of control procedures that are directed to deviations in the activities of the system that is controlled; the causes of these deviations and ways of eliminating them, using their own methods to effectively achieve the goal.

Key words: tax control, tax evasion, tax payer, tax administration, control principles, classification of tax control.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими

науковими чи практичними завданнями. Суть та значення державного контролю є обов'язковими факторами діяльності нашої держави. Головна мета податкового контролю полягає у такій ефективності системи оподаткування, за якої досягається мінімальний рівень порушень податкового законодавства або взагалі їх відсутність. Але нині спостерігається низький обсяг наповнення державного бюджету, неефективність роботи контролюючих органів та платників податків, тому метою органів державної влади виступає створення ефективної системи податкового контролю.

Податкова система є важливою основою економічної політики в кожній країні. Вона виступає одним із головних чинників формування бюджету в державі. Всі податкові платежі впливають на економічні та соціальні процеси в державі, тому контроль за процесом оподаткування є найголовнішим елементом та умовою існування ефективної податкової системи. Ця сфера неможлива без особливого механізму контролю над податками, важливим чинником діяльності якого є його раціональна та об'ємна правова регламентація. Останнім часом відбуваються значні зміни в оподаткуванні, що суттєво додає роботи контрольним органам податкового департаменту. Відповідно, тема статті є актуальною та має практичну й наукову значимість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблема податкового контролю є дуже привабливою, адже вона стосується більшості громадян держави. Щодо врегулювання сутності контролю над податками, організації, методик проведення відбулося і відбувається безліч дискусій. Проблеми поєднання практики з теорією сучасного податкового контролю розглядали у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні вчені: О. Шевчук [1], Л. Савченко [2], Ю. Волошин [3], В. Баранова [4], Г. Марків [5], В. Корецька-Гармаш [6], В. Липський [7], М. Мельник [8], Д. Степанова [9] та багато інших.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Контроль над податками є важливим інструментом у податковій політиці. Він потребує ефективного нагляду за правильністю сплати податків. Сьогодні залишається не вирішеним до кінця питання щодо уникнення сплати податків та витіснення податкових правопорушень. Усе це потребує більш ретельного та подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у вирішенні проблеми формування контролю над сплатою податків, визначенні причин ухилення від сплати податків законними та незаконними способами

та пошуку рішення для запобігання неправомірному уникненню від сплати податків.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням

отриманих наукових результатів. Сьогодні в державі за умов значної нестачі коштів у державному бюджеті суттєво збільшується значимість податкового контролю з боку податкових органів. З огляду на необхідність якомога ефективніше забезпечити фінансовий стан країни, сплата податків вважається значним складником податкової концепції.

Із підтримкою успішного податкового контролю можливо досягти чудових результатів, а саме: гарантувати субсидування країни; здолати непостійний розподіл податкових навантажень; гарантувати стійкість у податкових випробуваннях, їх дисциплінованість, планування та реалізації; застосовувати інноваційні способи виконання контролювання та ін.

Наукові праці вчених із приводу тлумачення поняття «податковий контроль» знайшли своє узагальнення, викладене в Податковому кодексі України.

Отже, податковий контроль – система заходів, що вживаються контролюючими органами та координуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику з метою контролю правильності нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, а також дотримання законодавства з питань регулювання обігу готівки, проведення розрахункових та касових операцій, патентування, ліцензування та іншого законодавства, контроль над дотриманням якого покладено на контролюючі органи [10].

Податковий контроль – санкційні заходи впливу в разі порушення норм податкового законодавства.

Податковий контроль здійснюється центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну податкову та митну політику, його територіальні апарати здійснюють контроль над органами, що вповноважені реалізовувати заходи у сфері надання погашення податкового боргу та недоїмки щодо сплати єдиного внеску в межах можливостей. А інші державні органи та апарати не мають ніяких повноважень здійснювати контроль оперативності, правдивості, всебічності нарахування та сплати податків і зборів, у тому числі на вимогу правоохоронних організацій.

Вітчизняні дослідники Л.А. Савченко і Л.М. Касьяненко розглядають податковий контроль лише через призму контрольної функції органів ДФС України і характеризують її зміст як діяльність, що полягає у перевірці правильності справляння податків та інших обов'язкових платежів, виявленні та аналізі порушень, а також у забезпеченні вдосконалення роботи власне державного органу [2].

Складовими елементами контролю за податками є: облік платників, інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності контролюючого органу (збір, узагальнення, оцінка інформації), проведення перевірок і звірок платників податків [3, с. 52].

Облік платників податків – обліково-контрольна діяльність податкових органів, яка охоплює прийом і звірку реєстраційних даних платників податків, внесення інформації стосовно платників до інформаційних баз та зміну облікових даних платників податків й зняття їх з обліку [4, с. 64].

Його мета – усунення можливості ухилення від сплати податків.

Уникання від сплати податків різними методами порушень податкового законодавства вважається основним маршрутом незаконності. Ці порушення з'єднані з нераціональними і нерідкими змінами в податковому середовищі, коливанням ставок, конфігурацією ціни закордонних валют. Це пояснюється тим, що українські підприємці, які тільки починають свою діяльність, повинні сплатити істотну кількість податків.

У податкових дослідженнях та практиці прийнято виділяти такі основні причини нелегального ухилення від сплати податку:

- моральні (несприймання законів);
- економічні (криза, дефіцит бюджету, зростання цін, незбалансованість банківської системи);
- політичні (розгалуження інтересів певних груп платників податків);
- технічні (складність податкового законодавства, недостатній досвід боротьби з правопорушеннями та ін.).

Слід зазначити, що платнику ухилитися від сплати податку дуже легко, бо це дозволяє саме законодавство України, оскільки існує значна кількість податкових пільг, ставок оподаткування, різних способів віднесення витрат та, звісно, наявність значних недоопрацювань у нормативних актах щодо податків. Тому платники податків часто користуються нагодою уникнути «зайвої трати прибутку».

Дослідження питань, пов'язаних із протидією злочинності, у тому числі організованій, у сфері оподаткування зумовлене тим, що на тлі динамічних і складних процесів, які сьогодні відбуваються в Україні, своєчасне та повне стягнення податків до бюджету держави є однією із найгостріших проблем сучасного соціально-економічного життя країни. Значно складнішою стала структура операцій, які здійснюються злочинцями, особливо організованими злочинними групами та організаціями, для ухилення від оподаткування, отримання надприбутків та приховування джерел походження цих коштів [5, с. 485].

Вітчизняна економічна література податковий контроль трактує як проведення контролю виключно платників підприємницької діяльності та дотримання ними законів оподаткування. Але в зарубіжній літературі поняття «податковий контроль» розглядають у ширшому розу-

мінні: це не лише перевірка, а й система спостережень за платниками.

Метою такого спостереження є оцінка дотримання встановлених правил реєстрації та взяття на облік, легітимності господарської та фінансової діяльності, повноти обліку здійснених операцій, правильності обчислення об'єкта оподаткування, визначення податкових зобов'язань і декларування платежів, вивчення податкової поведінки тощо [6, с. 40].

Має вказану ваду і правовий підхід до питань податкового контролю, який переважно зосереджується на таких аспектах, як проведення податкових перевірок і виявлення порушників податкового законодавства, тоді як інші аспекти податкового контролю часто залишаються без належної уваги [7, с. 181].

У цілому облік платників податків, уся інформація про нього та проведення перевірок у комплексі мають давати відповідний позитивний ефект у вигляді належної сплати податкових платежів [8]. А контроль над готівковими та безготівковими операціями надає можливість розкрити порушення та запобігти ухиленню від податків. Дослідження вітчизняних і зарубіжних учених через податкову трансформацію в Україні дають змогу стверджувати про дефіцит різноманітних методів аналізу та системного контролю і перевірок діяльності податкових органів.

У системі податкового контролю розглядають ще одну функцію – адміністрування податків.

Адміністрування податків – досить складний, багатогранний та важливий процес, без якого неможливе повноцінне функціонування країни. Тому створення ефективного системи адміністрування податків має посідати одне з провідних місць поміж численних економічних проблем, у вирішенні яких мають бути зацікавлені як держава, так і платники податків [9, с. 124].

Наприклад, Т.А. Ашомко під адмініструванням податків розуміє «здійснення функцій контролю над повнотою та своєчасністю сплати податків і зборів» [11].

Термін «адміністрування податків» закріплено офіційно в Податковому кодексі України, який трактує його як сукупність рішень та процедур контролюючих органів і дій їх посадових осіб, що визначають інституційну структуру податкових та митних відносин, організують ідентифікацію, облік платників податків і платників єдиного внеску та об'єктів оподаткування, забезпечують сервісне обслуговування платників податків, організацію та контроль над сплатою податків, зборів, платежів відповідно до порядку, встановленого законом [10]. Воно є одним із низки основних елементів ефективного функціонування податкової системи, завдяки йому здійснюється контроль платників податків над дотриманням певних законів щодо податкових відносин.

Немає однозначного розуміння й функціонального призначення податкового контролю. Так, скажімо, Л. Чорномордов підкреслює, що

податковий контроль реалізує головну функцію податків – фіскальну. Він є її носієм, а економічна функція виявляється через механізм головної, фіскальної, функції. Ступінь прояву економічної функції залежить від того, як здійснюється збір податків [12, с. 57].

Більш повно сутність податкового контролю тлумачиться як діяльність податкових органів зі спостереження за відповідністю процесу організації платниками податків обліку об'єктів оподаткування, методики обчислення й сплати податків і податкових платежів за чинними нормативно-законодавчими актами, виявлення відхилень, допущених у ході виконання норм податкового законодавства, та визначення впливу наслідків порушень на податкові зобов'язання [13, с. 56].

У відносинах, що виникають між державою й платником із приводу сплати податків, інтереси держави представляють насамперед органи, що здійснюють управління у галузі над-

ходження податкових платежів. Фактично система органів, що контролюють надходження коштів до бюджетів у формі податків і зборів, представлена двома службами – податковою та митною. Для них різним є місце і значення повноважень, пов'язаних із контролем над рухом цих платежів від платників до бюджетів серед усіх їхніх повноважень. Податкові органи реалізують відповідну діяльність без яких-небудь додаткових умов. Вони створені спеціально для функціонування лише у сфері оподаткування. Однак ст. 41 передбачає можливість та необхідність реалізації ними контролю над дотриманням також іншого законодавства. Це пов'язано зі спектром функцій державної податкової служби, який включає окремі питання у частині забезпечення дотримання порядку здійснення господарюючими суб'єктами валютних операцій, застосування реєстраторів розрахункових операцій тощо [14, с. 54].

Таблиця 1

Класифікація податкового контролю

Критерій класифікації	Види податкового контролю
За часом проведення	Попередній
	Поточний
	Наступний
За джерелом отримання інформації	Документальний
	Фактичний
За періодичністю проведення	Плановий
	Позаплановий
За місцем проведення контрольних дій	Камеральний
	Виїзний
	Зустрічний
За обсягом контрольної діяльності	Комплексний
	Тематичний
За ступенем охоплення предметів контролю	Повний
	Вибірковий
Залежно від статусу підконтрольних суб'єктів	контроль юридичних осіб
	контроль фізичних осіб
	контроль фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності
Залежно від об'єкта контролю	контроль у сфері зовнішньоекономічної діяльності та експортно-імпортних операцій
	контроль щодо наявності ліцензій, дозволів, патентів
	контроль над постановкою на облік і контроль основних реквізитів платника податку
	контроль над визначенням нарахованих і сплачених податкових зобов'язань за податками та зборами
	контроль над використанням податкових пільг і систем оподаткування
За суб'єктами контролю	контроль над касовою дисципліною платника податків, здійсненням розрахунків у готівковій і безготівковій формах
	контроль, що здійснюється органами державної податкової служби
	контроль, що здійснюється органами державної митної служби

Джерело: вдосконалено на основі [8, с. 57-59]

У податковій системі виділяють принципи податкового контролю. Одним із базових є принцип економічності (запропонував А. Сміт), що полягає у чіткому визначенні податків і зборів, який є складником функціонування податкової системи та забезпеченні ефективного податкового контролю. Наступними є принципи рівності, еквімаржинальності (рівності на межі) та компенсації з урахуванням критерію справедливості, які запропонував представник теорії добробуту А. Пігу. Він досліджував середовище ефективного оподаткування та зазначив, що державний контроль над податками є за таких принципів правомірним.

Методологічну базу податкового контролю охоплюють принципи його здійснення – аксіоматичні поняття, на яких будується і функціонує система податкового контролю [8, с. 52].

До загальноправових принципів податкового контролю належать:

1. Гарантованість прав і свобод, або принцип гуманізму.
2. Презумпція невинуватості.
3. Законність.
4. Рівність.
5. Гласність.

Розрізняють ще принципи загальноуправлінські, які притаманні податковому контролю як функції; галузеві (специфічні) принципи, що підкреслюють особливості системи податкового контролю та сприяють її автономності в загальній системі державного фінансового контролю.

Тому принципами податкового контролю є як загальні, так і специфічні вимоги до відносин у сфері податкового контролю та керівні засади його здійснення, що виражають сутність податкового контролю та впливають з ідей гармонізації інтересів платників податків і податкових органів, визначають загальну спрямованість та найістотніші риси податкового контролю.

Але для поглибленого аналізу податкового контролю велике значення має класифікація його видів, яка наведена в таблиці 1.

Але в системі інструментів податкового контролю важливе місце займають камеральні перевірки. Такі перевірки мають істотні переваги перед іншими способами контролю: вони відносно малозатратні, процедуру їх проведення можна автоматизувати, за результатами камеральних перевірок можна прийняти оперативні рішення стосовно виправлення допущених помилок та попередити можливі податкові втрати.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У сучасних умовах підприємництва, ведення бізнесу, господарювання податковий контроль потребує значної уваги. Необхідність удосконалити податкове законодавство має стояти на першому місці.

Податковий контроль є санкційним заходом впливу в разі порушення норм податкового законодавства. Головним складовим елементом контролю над податками є облік платників податків, бо його метою є усунення можливості ухилення від сплати податків. Усе це потребує розроблення конкретних рекомендацій щодо вдосконалення проведення різнопланових контрольних-ревізійних, контрольних-аналітичних та експертних заходів у цій сфері.

Для багатьох платників податків наявне податкове перенавантаження вважається досить високим, і вони не в змозі сплачувати податки в повному обсязі. Для мінімізації податкових платежів використовуються законні, напівзаконні і незаконні схеми, через це стається значна кількість випадків порушення податкового законодавства і збільшується ризик невиявлення ідеальних порушень податковими органами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шевчук О.Д. Податковий аудит і податковий контроль: розмежування понять. Вінниця: 440 Вінниця. 2012. С. 195–290. URL: <http://repository.vsau.vin.ua>.
2. Савченко Л.А., Касьяненко Л.М. Правові основи здійснення фінансового контролю органами державної податкової служби України: монографія. Ірпінь: Нац. акад. ДПС України, 2006. 227 с.
3. Волошин Ю. Податковий контроль в Україні: сутність, сучасні тенденції та нововведення. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2015. № 10. С. 48–64.
4. Податкова система: навч. посіб. / В.Г. Баранова, О.Ю. Дубовик, В.П. Хомутенко та ін.; за ред. В.Г. Баранової. Одеса: ВМВ, 2014. 344 с.
5. Марків Г.В. Податковий контроль: проблеми та шляхи їх вирішення. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2013. Вип. 10(3). С. 483–488. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/escnof_2013_10\(3\)_80](http://nbuv.gov.ua/UJRN/escnof_2013_10(3)_80).
6. Корецька-Гармаш В.О., Раєвська Н.М. Податковий контроль: проблемні аспекти та напрями удосконалення. Часопис економічних реформ. 2011. № 1. С. 39–44.
7. Ліпський В.В. Податковий контроль: загальна характеристика. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право». 2016. Вип. 38(1). С. 180-183. URL: <http://nbuv.gov.ua>.
8. Мельник М.І., Лещук І.В. Податковий контроль в Україні: проблеми та пріоритети підвищення ефективності: монографія. Львів: Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України, 2015. 330 с.
9. Степанова Д. Проблематика адміністрування податків у фінансовій теорії. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2014. № 11. С. 121–134.
10. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

-
11. Ашомко Т.А., Проваленко О.М. Налоговый кодекс: правонарушение и ответственность: монография. М.: Вычислительная математика и информатика, 2001. 182 с.
 12. Черномордов Л.И. Организационно-правовые методы и формы осуществления налогового контроля. Культура народов Причерноморья. Серия экономическая. 2008. № 144. С. 57.
 13. Податковий контроль: підручник / П.Ю. Буряк, Б.А. Карпінський, Н.С. Залуцька, В.З. Білінський. К.: Хай-Тек Прес, 2007. С. 56.
 14. Васюк Ю. Податковий контроль в Україні в умовах дії податкового кодексу: реалії, практичні проблеми та шляхи модернізації. Актуальні проблеми державного управління. 2012. Вип. 4. С. 51–56. URL: <http://nbuv.gov.ua>.

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО РОЗРОБЛЕННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ УПРАВИТЕЛІВ ЖИТЛОВИХ БУДИНКІВ

CONCEPTUAL APPROACH NEAR CREATION OF THE MODEL OF COMPETENCES OF MANAGERS OF THE CONDOMINIUM

Безземельна Т.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Класичний приватний університет

У статті розроблено модель компетенцій управителя багатоквартирного будинку на основі ранжирування важливості робіт, які він виконує, та визначення особистісних характеристик людини, що забезпечують виконання конкретних функцій з управління багатоквартирним будинком. Запропоновано напрями використання моделі компетенцій управителя багатоквартирного будинку.

Ключові слова: управитель багатоквартирного будинку, ранжирування, модель компетенцій, концептуальний підхід, кластери компетенцій, поведінкові індикатори.

В статье разработана модель компетенций управляющего многоквартирным домом на основе ранжирования важности работ, которые он выполняет, и выявления личностных характеристик человека, обеспечивающих выполнение конкретных функций по управлению многоквартирным домом. Предложены направления использования модели компетенций управляющего многоквартирным домом.

Ключевые слова: управляющий многоквартирным домом, ранжирование, модель компетенций, концептуальный подход, кластеры компетенций, поведенческие индикаторы.

The article dial with develops the competency model for the manager of the condominium on the basis of the ranking of the importance of the work that he performs, and the identification of the personality characteristics of the individual that ensure the performance of specific functions for managing of the condominium. Directions of use of the model of competences of the manager of the condominium are offered.

Key words: manager of the condominium, ranking, model of competences, conceptual approach, clusters of competences, behavioral indicators.

Постановка проблеми. У сучасному бізнесі конкурентні переваги одержують ті компанії, персонал яких працює злагоджено, а отже, результативно. «Двигуном» бізнесу є компетентні співробітники, що вміють вибрати оптимальні методи (дії, операції) на своєму робочому місці. Після ухвалення Закону України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» [1], який передбачає нову фазу реформування житлово-комунальної сфери, у багатьох виникають питання про те, кому віддати в управління свою багатоповерхівку, де знайти для цього спеціаліста, який може стати діловим партнером та надійним помічником. Професія управителя багатоквартирного будинку знову стає затребуваною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед іноземних та вітчизняних авторів, які здійснюють наукові пошуки щодо розроблення моделі компетенцій менеджерів, можна назвати О.Ю. Айрапетову, Ю.А. Ващенко, М.С. Діденко, О.М. Ельбрехта, І.А. Зимню, М.П. Лаврищева, Л.А. Осадчу, Т.В. Ткач, С. Уїддета, С. Холлі-

форда. Розробленню моделі компетенцій саме управителя багатоквартирного будинку присвячені праці Н.С. Димченко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У зв'язку з різким зростанням обсягів робіт, вимог до Голови Правління, постійною можливістю накладення на нього штрафних санкцій та низькою платоспроможністю мешканців обрання Голови Правління ЖБК і ОСББ стало серйозною проблемою. Часто Головою Правління обирають людей, які не мають потрібних знань і досвіду роботи з управління житловим будинком, а також дали згоду на обрання лише для поліпшення на короткий термін свого матеріального становища. Саме ці причини слугували обґрунтуванням необхідності розроблення ефективної моделі компетенцій Голови Правління ЖБК і ОСББ та обумовлюють актуальність статті.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статі є розробка моделі компетенцій управителя багатоквартирного будинку на основі концептуального підходу. Завдання, зумовлені метою дослідження, такі:

– скласти перелік робіт, виконуваних управителем багатоквартирного будинку, та здійснити їх ранжирування за важливістю;

– виокремити особистісні характеристики людини, що забезпечують виконання конкретних функцій з управління багатоквартирним будинком;

– розробити модель компетенцій управителя багатоквартирного будинку на основі результатів ранжирування;

– запропонувати напрями використання моделі компетенцій управителя багатоквартирного будинку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдання, які покладаються на управителя, поділяються на організаційні, господарсько-майнові, технічні, юридичні та додаткові, або побічні, що можуть оплачуватись частково чи належати до дії зі спеціальною винагородою. Це роботи щодо:

– складання, затвердження й утримання в належному стані адміністративних та фінансових документів (архівні, технічні, договірні, ділові папери Об'єднання, протоколи тощо), ведення картотек, підготовки й видачі довідок, розмноження ділової документації та її розсилки тощо;

– забезпечення функцій ведення господарства об'єкта управління, а саме укладання договорів на послуги та забезпечення послуг, контроль за виконанням положень безпеки виконання робіт, здійснення прийому відвідувачів, прийому скарг, пропозицій, заяв, попередження аварій та збитків загальної власності, виконання відповідних замовлень окремих власників;

– управління фінансами, а саме розробка господарського плану й контроль за його виконанням, складання річного фінансового звіту, подання його на затвердження Загальних зборів Об'єднання, контроль або самостійне ведення бухгалтерського обліку, управління коштами Об'єднання, отримання й виконання усіх платежів, дотацій, субсидій, заборгованостей, управління резервними відрахуваннями на ремонт і утримання спільної власності;

– технічного управління, а саме періодичний огляд будинку з виявленням дефектів, залучення експертів з підготовкою висновків, відповідальність за технічне обслуговування й ремонт будинку, санітарний стан та благоустрій прибудинкової території, визначення потреб, проведення конкурсів на виконання робіт, оцінка вартості виконаних робіт залежно від якості виконання, ведення технічної документації та її збереження, ведення календаря гарантійних строків, розробка коротко- й довгострокових планів на проведення ремонтно-будівельних робіт;

– виконання обов'язків, які потребують юридичних знань, а саме дотримання Статуту Об'єднання, затвердженого кошторису доходів і видатків, виконання чинного законодавства, контроль за його виконанням [90, с. 98].

Сутність концептуального підходу до розроблення моделі компетенцій управителя багатоквартирного будинку полягає в інтеграції певного масиву інформації про перелік знань, вмій та особистих характеристик фахівця з метою подальшого його використання для відбору претендентів на посаду та оцінювання їхньої відповідності займаній посаді під час виконання виробничих завдань.

На першому етапі розроблення моделі ми визначили коло експертів, думки яких використовувались під час визначення специфіки й характеру роботи управителя, що включає опис робочої діяльності, структуру робочого процесу, взаємодії, умови роботи, необхідність використання технічних засобів. Експертами виступали чинні Голови Правління ОСББ м. Запоріжжя, автори наукових праць про створення та функціонування ОСББ.

Структура моделі включає кластери компетенцій, компетенції та поведінкові індикатори. Як кластери компетенцій ми вибрали об'єкти управління, на які спрямовані управлінські дії менеджера багатоквартирного будинку, а саме надання послуг з утримання будинку, фінансування, бухгалтерського обліку, роботи з персоналом, співпраці з контактними аудиторіями. До кожного кластеру ми включили по чотири компетенції, які були визначені найбільш значущими під час парного порівняння з огляду на частоту виконання завдань та їх трудомісткість.

Таким чином, запропонована модель містить двадцять професійних компетенцій (табл. 1). Поведінкові індикатори моделі конкретизують стандарти поведінки, які повинні спостерігатися в діях управителя багатоквартирного будинку, що володіє конкретною компетенцією. Додатково до професійних компетенцій, використовуючи думки експертів, ми включили дев'ять особистих характеристик людини, що займає посаду менеджера багатоквартирного будинку або претендує на неї, серед яких слід назвати цілеспрямованість, працездатність, комунікабельність, порядність, впевнену манеру тримати себе, стійкість до стресу, аналітичне мислення, адаптивність, відповідальність.

Для практичного використання розробленої моделі ми пропонуємо використовувати трирівневу шкалу оцінок (низький рівень, достатній рівень, високий рівень). Наприклад, низький рівень компетенції «здійснює контроль якості послуг» характеризується таким поведінковим індикатором, як «контролює якість робіт випадково без застосування відповідного методичного інструментарію»; достатній рівень – «контролює якість робіт постійно з періодичним застосуванням відповідного методичного інструментарію»; високий рівень – «постійно використовує відповідні методики розрахунків показників якості робіт та узагальнений показник якості робіт щодо утримання житлового фонду та прибудинкової території, аналізує отримані результати».

Таблиця 1

Модель компетенцій управителя багатоквартирного будинку

Клас тер компетенцій	Компетенції	Індикатори поведінки
1	2	3
Надання послуг з утримання будинку	Забезпечує санітарне обслуговування будинку та прибудинкової території.	Організовує та контролює своєчасне прибирання території та систематичний догляд за її санітарним станом; організовує та контролює своєчасне прибирання нежитлових приміщень будинку; укладає договори на вивезення відходів з відповідними підприємствами й контролює графік їх виконання; організовує та контролює дератизацію й дезінфекцію у підвалах та технічних підпіллях, санітарну обробку контейнерних майданчиків.
	Здійснює контроль якості послуг.	Розраховує та аналізує показники якості робіт щодо санітарного утримання будинку; непередбаченого поточного ремонту й підготовки до сезону всіх конструктивних елементів, інженерного обладнання будівель; налагодження внутрішньо квартирного санітарного й технічного обладнання, профілактичного обслуговування інженерного обладнання, конструктивних елементів житлових будинків, дворових сантехнічних установок; виконання заяв населення. Розраховує та аналізує узатальнений показник якості робіт щодо утримання житлового фонду та прибудинкової території.
	Забезпечує технічне обслуговування й ремонт будівельних конструкцій, а також інженерних систем будівель і споруд.	Організовує та контролює своєчасну ліквідацію незначних несправностей в системах водопроводу та каналізації, центрального опалення та гарячого водопостачання, електричних пристроїв. Організовує та контролює провітрювання каналізаційних колодязів; перевірку несправностей каналізаційних витяжок; перевірку наявності тяги в димовентильційних каналах.
	Забезпечує підготовку до сезонної експлуатації.	Організовує та контролює відновлення схем внутрішнього будинкових систем холодного та гарячого водопостачання, каналізації, центрального опалення й вентиляції, газу зі вказівкою розміщення заірної арматури та вимикачів (для слюсарів та електриків з ліквідації аварій та несправностей внутрішньо будинкових інженерних систем). Організовує та контролює забезпечення належної гідроізоляції фундаментів, стін підвалу та цоколя, сходових кліток, підвальных і горищних приміщень, машинних відділень ліфтів, справність пожежних гидрантів.
Фінанси	Здійснює встановлення тарифу на утримання й обслуговування будинку та прибудинкової території для мешканців.	Складає разом з бухгалтером кошторис витрат, розраховує тариф на утримання й обслуговування будинку згідно з чинними нормами й нормативами в розрахунку на 1 кв. м житлової площі.
	Здійснює складання бюджету та фінансового плану.	Складає детальний опис, оцінює вартість робіт, які необхідно виконати для забезпечення належного технічного й санітарного стану будинку та прибудинкової території. Оцінює рівень забезпечення трудовими й матеріальними ресурсами обсягів робіт, що належить виконати. Оцінює рівень забезпечення фінансовими ресурсами обсягів робіт, що належить виконати. Збалансовує обсягів робіт з трудовими, матеріальними та фінансовими можливостями.
	Здійснює управління витратами.	Складає графік витрат по періодах року. Узгоджує тарифи за умовами укладених договорів. Створює умови для найбільш ефективного та цілеспрямованого використання наявних коштів. Здійснює оперативний облік результатів своєї роботи та роботи підлеглих. Складає статистичну звітність.
	Здійснює формування й управління коштами спеціальних грошових фондів.	Встановлює розмір внесків до спеціальних фондів. Контролює процес сплати відповідних сум власниками квартир. Складає кошториси на здійснення ремонтних робіт. Відстежує виконання кошторисів. Проводить роботу щодо залучення до спеціальних фондів благодійних внесків.
Бухгалтерський облік	Виявлення результатів кожного господарського процесу.	Здійснює контроль складання первинної бухгалтерської документації, її оброблення та збереження. Контролює результати всіх видів робіт з утримання будинку та прибудинкової території.
	Контроль за оплатою праці.	Забезпечує своєчасну виплату в повному обсязі заробітної плати найманим працівникам. Встановлює розміри преміювання робітників відповідно до результатів їх праці.
	Забезпечення повного відображення всіх витрат і доходів Об'єднання.	Забезпечує ведення достовірного бухгалтерського обліку.

Закінчення таблиці 1

Кластер компетенцій	Компетенції.	Індикатори поведінки.
1	2	3
Бухгалтерський облік	Повсякденне зіставлення витрат з доходами.	Здійснює повсякденне відстеження витрат і доходів Об'єднання.
Робота з персоналом	Здійснює управління конфліктами.	З'ясує сутність суперечностей, визначає причини конфлікту. Вживає організаційних заходів, які спрямовані на подолання конфлікту. Виявляє постійну турботу про задоволення потреб та інтересів співробітників. Дотримується принципу соціальної справедливості в будь-яких рішеннях, що стосуються інтересів колективу й особистості.
	Здійснює управління змістом і процесом мотивації трудової поведінки.	Здійснює управління мотивацією на основі економічних методів, цільового методу, методу розширення й збагачення робіт, методу співучасті. Створює сприятливий психологічний клімат в трудовому колективі, використовує оптимальний стиль управління.
Співпраця з контактними аудиторіями	Здійснює контроль результатів праці на робочих місцях	Визначає результати, за яких мінімізується небажана поведінка працівників. Встановлює значення цільових показників діяльності. Визначає порядок оцінювання виконання завдань.
	Забезпечує безпечні умови праці	Здійснює перевірку експлуатації об'єктів підвищеної небезпеки. Проводить атестацію робочих місць. Здійснює обстеження умов праці, які проводяться періодично й спрямовані на вчасне виявлення небезпечних та шкідливих чинників. Здійснює контроль за наявністю відповідних інструкцій з охорони праці.
	Укладає договори на послуги та забезпечення послуг.	Здійснює попередній моніторинг ринку комунальних послуг. Вибирає підприємства, що надають комунальні послуги. Складає договори на надання комунальних послуг. Слідкує за виконанням укладених договорів.
Особисті риси	Здійснює прийом відвідувачів, скарг, заяв	Здійснює прийом відвідувачів. Надає обґрунтовані відповіді на звернення, скарги, пропозиції щодо надання житлово-комунальних послуг.
	Організовує підготовку й видачу довідок	Організовує надання довідок та інших документів (для призначення компенсації, відшкодування витрат з оплати житлово-комунальних послуг у вигляді пільг, субсидій, допомоги тощо).
	Здійснює досудову роботу з неплатниками.	Укладає з власником квартири угоду про реструктуризацію боргу. Пропонує мешканцям альтернативні способи повернення заборгованості (виконання певних робіт). Застосовує всі засоби інформаційно-роз'яснювальної роботи.
	Організаторські якості:	
	– цілеспрямованість;	прагнення долати бар'єри й перешкоди, не вважаючи їх непереборними, постійне стимулювання себе та інших на досягнення значущих результатів;
	– працездатність;	потенційна здатність протягом заданого часу та з певною ефективністю виконувати максимально можливий обсяг роботи;
	– комунікабельність.	здатність легко вибудовувати відносини з різними типами людей, впливати на їхню думку/поведінку, використовуючи різні техніки спілкування.
	Мотиваційно-вольові якості:	
	– порядність;	дотримання своїх обіцянок, уникнення умисної шкоди навколишнім;
	– впевнена манера тримати себе;	здатність переконати співробітників в правильності своїх рішень, обізнаність щодо своїх переваг та недоліків, здатність успішно виступати перед публікою, гідне реагування на зауваження, критику й образи;
– стійкість до стресу.	здатність контролювати свій емоційний стан, не втрачати активності і працездатність за стресової ситуації.	
Ділові якості:		
– аналітичне мислення;	здатність аналізувати проблеми й виділяти їх складові елементи, робити систематизовані й логічні висновки;	
– адаптивність;	здатність гнучко змінювати стиль спілкування залежно від аудиторії та завдання, що потрібно виконати; пошук спільної мови та взаєморозуміння з аудиторіями різного рівня та різних інтересів;	
– відповідальність.	свідоме ставлення до вимог суспільної необхідності, обов'язків, соціальних завдань, норм і цінностей.	

З метою полегшення оброблення результатів оцінювання рівня компетентності управителя можна привласнити кожному рівню індикаторів бальні оцінки. Наприклад, низький рівень має 1 бал, достатній – 2 бали, високий – 3 бали. Таким чином, максимальна сума балів за всіма 29 компетенціями складе 87 балів, а мінімальна – 29 балів. Порівняння кількості набраних балів може допомогти під час вибору одного з декількох претендентів на посаду, а також спостерігати динаміку змін рівня компетенцій з часом.

Модель компетенцій управителя багатоквартирного будинку може використовуватися:

– під час відбору кандидатів на посаду (компетенції вказують на стандарти поведінки, що забезпечують ефективне виконання роботи, в завершальній стадії відбору компетенції використовуються для обґрунтування оцінки кандидата, формують набір критеріїв для контролю ефективності всього процесу відбору);

– під час оцінювання виконання (ефективності) роботи (компетенції дають корисну й зручну структуру інформації для оцінювання виконання, надання «зворотного зв'язку», обговорення прикладів поведінки, необхідної для виконання конкретної роботи);

– під час навчання й розвитку (об'єктивне оцінювання необхідності навчання й розвитку, розробка структури діяльності з навчання й розвитку, вибір ефективних видів навчання й розвитку, оцінювання навчання);

– під час розроблення грейдів та оплати праці (використання компетенцій для установки сітки оплати дає змогу пов'язати виконання роботи з винагородою, виділити цінність конкретних видів робіт).

Висновки. На основі вивчення думок експертів розроблено модель компетенцій управителя багатоквартирного будинку, яка містить 29 компетенцій, з яких 20 професійних компетенцій і 9 особистих характеристик. Запропоновано використання трирівневої шкали оцінок, а саме низький рівень, достатній рівень, високий рівень прояву компетенції. Кожному рівню привласнено бальні оцінки: низький рівень – 1 бал, достатній рівень – 2 бали, високий рівень – 3 бали. Таким чином, максимальна сума балів за всіма 29 компетенціями дорівнює 87 балам, а мінімальна – 29 балам.

Порівняння кількості набраних балів може використовуватися під час вибору одного з декількох претендентів на посаду, а також під час відстеження динаміки змін рівня компетенцій певного менеджера з часом. Розроблена модель компетенцій може використовуватися під час відбору кандидатів на посаду, оцінювання виконання роботи, навчання й розвитку персоналу, розроблення грейдів та оплати праці.

Подальші дослідження в цьому напрямі повинні забезпечити підвищення якості практичного використання розробленої моделі компетенцій, уточнення й конкретизацію її окремих елементів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку: Закон України від 14 травня 2015 року № 417-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/417-19>.
2. Айрапетова Е.Ю. Компоненты профессиональной подготовки менеджера в вузе. URL: http://www.ncstu.ru/content/_docs/pdf/conf/past/2005/pps/15/26.pdf.
3. Ващенко Ю.А. Анализ работы и моделирование компетенций: личный опыт. Управление персоналом. 2006. № 1 (148). URL: http://orglab.kiev.ua/personnel_management/39.
4. Діденко М.С. Професійно значимі якості особистості менеджера організацій: теоретичний аспект. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2013. Вип. 13. С. 201–211.
5. Димченко Н.С. Формування особистості менеджера як професійного керівника організації. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент». 2012. Вип. 9 (34). Ч. 1. С. 79–83.
6. Ельбрехт О. Концепції менеджменту та їх вплив на розвиток професійної підготовки менеджерів. Гуманізація навчально-виховного процесу: зб. наук. пр. / за заг. ред. В.І. Сипченка. Вип. XLIV. Слов'янськ: СДПУ, 2009. С. 13–20.
7. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования. Эйдос. 2006. URL: <http://www.eidos.ru>.
8. Лаврищев М.П. Формирование профессиональных компетенций менеджера в условиях глобализации. Социологические науки. 2013. № 8 (15). Ч. 3. С. 131–133.
9. Лебедєв М.М., Агамян Р.Є., Мухіна К.Є. Менеджмент утримання багатоквартирних будинків. (Абетка управителя): навч. посіб. Київ: [б. в.], 2015. 452 с.
10. Осадча Л.А. Формування професійної компетенції майбутнього менеджера. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7485/1/20170321_EconFinance_V2_P059-062.pdf.
11. Ткач Т.В. Соціальні компетенції менеджера. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v7/i42/23.pdf>.
12. Уиддет С., Холлифорд С. Руководство по компетенциям / пер. с англ. Москва: ГИППО, 2008. 228 с.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

THE DIRECTION OF IMPROVING MECHANISM OF THE OPTIMIZED PROCEDURE OF ENTERPRISES IN UKRAINE

Тульчинська С.О.
доктор економічних наук,
професор кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Бершадська І.І.
студентка,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті розглянуто особливості оподаткування прибутку підприємств в Україні. Продемонстровано об'єктивну необхідність внесення змін в систему оподаткування країни. Розглянуто механізм удосконалення оподаткування прибутку в результаті аналізу механізмів оподаткування прибутку в провідних країнах Європи. Запропоновано конкретні заходи щодо реформування діючої системи оподаткування в Україні.

Ключові слова: прибуток, прибутковість, податки, податок на прибуток, механізм оподаткування.

В статье рассмотрены особенности налогообложения прибыли предприятий в Украине. Продемонстрирована объективная необходимость внесения изменений в систему налогообложения страны. Рассмотрен механизм совершенствования налогообложения прибыли в результате анализа механизмов налогообложения прибыли в ведущих странах Европы. Предложены конкретные меры по реформированию действующей системы налогообложения в Украине.

Ключевые слова: прибыль, прибыльность, налоги, налог на прибыль, механизм налогообложения.

The article deals with the peculiarities of taxation of profits of enterprises in Ukraine. The objective necessity of making changes to the taxation system of the country is shown. The mechanism of improvement of taxation of profits as a result of the analysis of mechanisms of taxation of profits in the leading countries of Europe is considered. Specific measures are proposed for reforming the current taxation system in Ukraine.

Key words: profit, profitability, taxes, profit tax, taxation mechanism.

Постановка проблеми. В сучасних умовах держава може впливати на економіку за умов наявності певних важелів. Основним податком, за допомогою якого держава може активно впливати на економічну діяльність підприємств, є податок на прибуток. Певною мірою від того, як і наскільки компетентно й обґрунтовано в країні сформована її податкова система, залежить ефективне функціонування всього господарського комплексу держави [1].

Розвиток податкової системи України за останні роки помітно розширив можливості застосування податків як одного з найважливіших методів мобілізації доходів бюджетної системи. Темпи економічного зростання держави залежать від ступеня спрямованості податкової системи на заохочення підприємницької діяльності, можливостей податків стимулювати інвестиційний процес.

Українська податкова система відрізняється специфікою, зумовленою особливостями її формування, а також невеликим терміном функціонування. Актуальність теми дослідження також підтверджується суперечками, що виникають між складовими ринкової економіки країни та створеною системою оподаткування. Це особливо виявляється в умовах спроб оптимізації податкових інтересів держави та платників податків (з одного боку, існує необхідність забезпечення бюджетів різних рівнів фінансовими засобами, з іншого боку, є вплив податків на діяльність підприємства). Тому недоліки податкової системи, які виявляються в практиці справляння та обчислення конкретних податків, можна пояснити недостатньою розробленістю теоретичних основ оподаткування. Без обґрунтованих теоретичних підходів неможливе однозначне практичне використання податків

як одного з елементів впливу держави на підприємство. Все вищевикладене повністю стосується і податку на прибуток підприємств.

Українська економіка потребує довгострокових інвестицій, які певною мірою можуть бути забезпечені через систему податкових пільг, що стимулюють інвестиційний процес. Тому можливості застосування податку на прибуток як одного з найбільш важливих податків немірно зростають. Реалізація податком на прибуток своїх функцій здатна істотно вплинути на створення ефективної системи перерозподілу фінансових ресурсів, що спричинить зростання виробництва, а отже, додаткові податкові надходження.

Недостатнє теоретичне обґрунтування цих проблем та їх висока практична значущість визначили актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Огляд літератури показав, що загалом вчених-економістів, які займалися дослідженням питань системи оподаткування, зокрема питанням оподаткування прибутку підприємств, умовно можна поділити на дві групи: ті, що займалися теоретичним аспектом їх дослідження; ті, що розглядали ці питання з практичної точки зору. Варто виділити як зарубіжних представників (Г.П. Кузіна, В.А. Луговий, Д.С. Молякова, В.М. Пушкарьова, А. Адам, Д. Майкл), так і вітчизняних вчених, які присвятили свої роботи дослідженню зазначених питань (С. Лондар, І. Педь, Т. Мединська, Р. Боліла та інші) [2].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Варто наголосити на тому, що опубліковано досить багато робіт з цієї теми. Однак більшість розробок присвячена розгляду практики стягування та сплати податку на прибуток підприємств. Саме це, на нашу думку, викликає необхідність більш глибокого дослідження питань збалансованого підходу до визначення бази оподаткування, її елементів та структури, пільг і ставок оподаткування.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає в обґрунтуванні напрямів удосконалення механізму оподаткування прибутку підприємств в Україні на основі розгляду основних проблем, наявних у системі оподаткування країни, а також наведення прикладів зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом довгого часу податок на прибуток залишався найнадійнішим джерелом поповнення бюджетів усіх рівнів та найбільш зрозумілим з усіх видів податків [3]. При цьому проблема поєднання податкових інтересів публічно-правових утворень залишається недостатньо опрацьованою в науковій літературі з економіки. Під податковими інтересами всіх рівнів влади ми розуміємо їх інтереси щодо розмежування податкових повноважень і відповідальності, а також розподілу податкових доходів, що надходять в розпорядження відповідних бюджетів.

Податок на прибуток за своїм змістом виступає формою вилучення частки чистого доходу, створеного продуктивною працею, та перераховується до національного бюджету [4].

Економічною базою з податку на прибуток є отриманий платником податків прибуток. При цьому прибуток визначається як різниця між доходом та понесеними витратами, з чого випливає, що для обчислення податку на прибуток дохід повинен перевищувати витрати, на підставі яких він був отриманий. Дохід, якщо враховувати можливість його кількісної оцінки, є економічною вигодою в грошовій або натуральній формі [5].

Оподаткування прибутку організацій регулюється державою на основі нормативно визначених, які узгоджуються з потребами часу, принципів фіскальної політики. Остання виступає найважливішою складовою загальної економічної політики держави, оскільки є ефективним важелем впливу на всі процеси, що відбуваються в економіці держави.

Варто наголосити на тому, що за останні роки податкова політика України зазнала значних змін, котрі зумовлені економічною кризою, з якої країна нині поступово виходить [6].

Отже, в сучасних умовах ефективна податкова система, на думку різних авторів, повинна відповідати таким основним принципам, як принципи справедливості, визначеності, ефективності, зручності, нейтральності. Саме принцип нейтральності оподаткування повинен забезпечувати якомога менший вплив оподаткування на економічну поведінку особи та усунути руйнівний вплив на ринок [7].

Своєрідним орієнтиром у реалізації державної концепції підвищення ефективності податкової системи, зокрема податку на прибуток підприємств, можуть служити урядові програми соціально-економічного розвитку країни на перспективу [8].

Однак практика останніх років показує безперспективність спроб усунення основних недоліків чинної податкової системи шляхом внесення хоч і правильних, але лише окремих змін до податкового законодавства. Вони повинні мати системний характер і переслідувати довгострокові цілі, а не обмежуватися вирішенням поточних оперативних проблем [9].

Зокрема, зниження ставки з податку на прибуток підприємств до 18%, що відображено на рис. 1, дало змогу відмовитися від численних податкових пільг і відрахувань.

Щодо загального рівня податкового навантаження, яке включає всі податкові платежі та соціальні внески в державі у відношенні до ВВП, в Україні, то варто відзначити, що воно є досить високим (у 2017 р. воно сягнуло відмітки у 37,8%, про що свідчать дані рис. 2). Причиною цього явища в країні є його нерівномірність, що в результаті веде до тінізації економіки, а також до порушення принципів рівності й справедливості в оподаткуванні,

втрати фіскальної функції податку та надходжень до бюджету, гальмування інноваційних процесів.

Нерівномірність податкового навантаження в Україні спричинена перш за все такими явищами, як переміщення податкового тягаря та недосконалість механізму надання податкових пільг [11].

Саме тому необхідно зменшити податкове навантаження на доходи громадян, що поповнить власний бюджет кожного громадянина, а це зумовить зростання попиту на товари, як наслідок, зростуть доходи підприємств за рахунок часткового вивільнення коштів фонду оплати праці.

Зокрема, розглянувши досвід країн Європи щодо провадження податкової політики, зокрема оподаткування прибутку підприємств, ми відзначили такі особливості:

– ставки податку на прибуток загалом є або вищими (в Австрії вона становить від 25% до 55%, Німеччині – 29,6%, Італії – 31,4%, Бельгії – 34%), або нижчими (в Угорщині вона становить 10%, Латвії – 15%, Литві – 15%), проте загалом ставки податку на прибуток підприємств у країнах ЄС знижуються;

– рівень податкового навантаження є досить нерівномірним, проте з 1995 р. по 2016 р. демонструє тенденцію до зменшення; середній рівень знаходиться на відмітці у 32–34%; варто відзначити, що податкове навантаження не залежить від рівня розвитку економіки, а є лише результатом провадження податкової політики та історично сформованою тенденцією податкового законодавства [13];

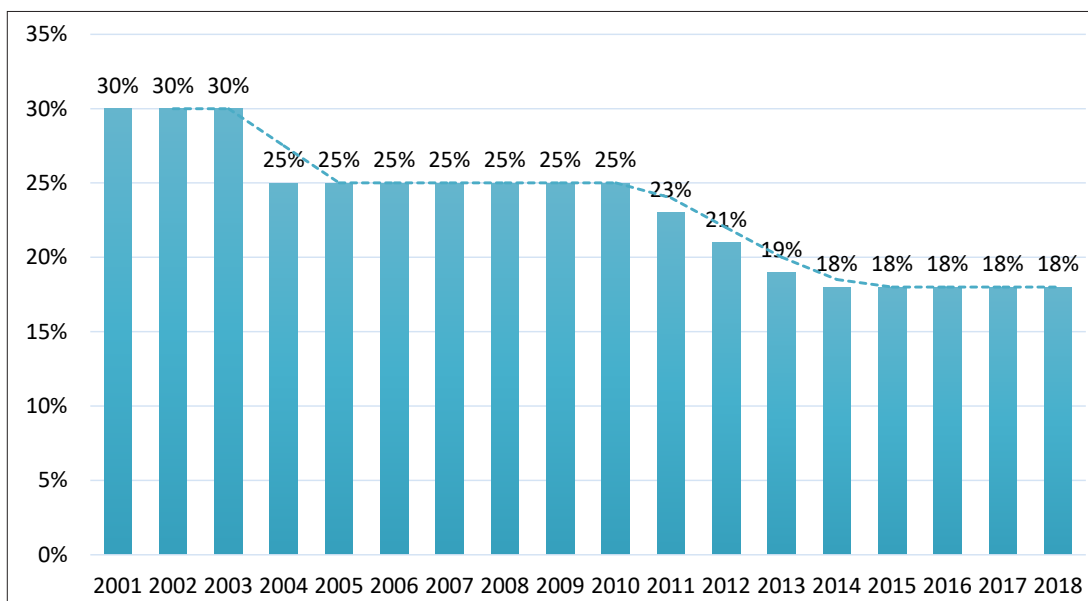


Рис. 1. Динаміка ставки податку на прибуток в Україні, 2001–2018 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі джерела [10]

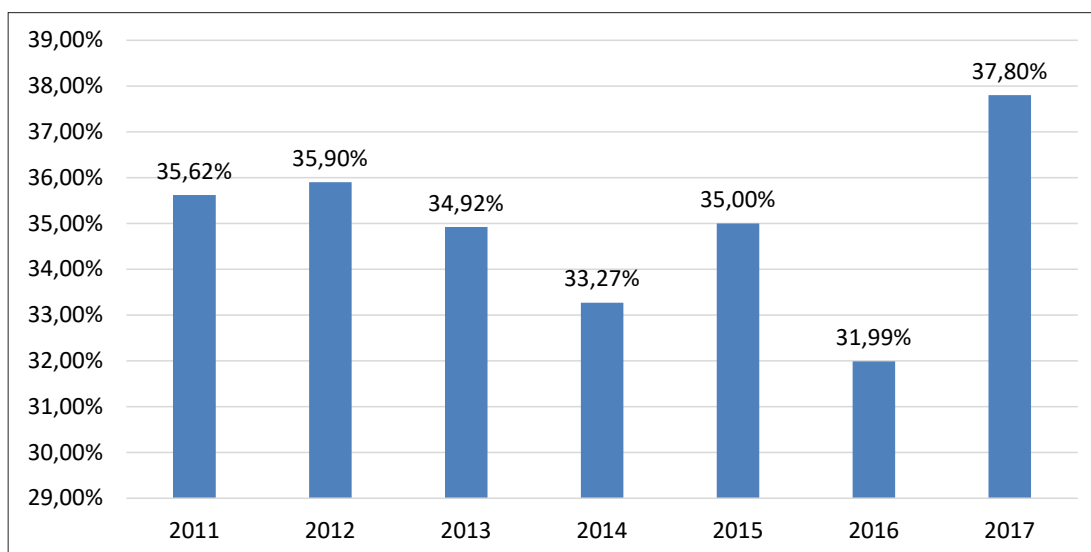


Рис. 2. Рівень загального податкового навантаження в Україні, 2011–2017 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі джерел [10; 12]

– загалом система оподаткування податком на прибуток підприємств у країнах ЄС здійснюється в напрямках розширення спектра податкових пільг, спрямованих на заохочення технологічного прогресу, розвиток підприємств, зниження податкових ставок;

– в низці країн (наприклад, Франція, Німеччина) для окремих регіонів та видів підприємств вводяться податкові пільги, коригується відсоткова ставка залежно від розміру прибутку;

– спостерігається тенденція до повного або часткового звільнення від сплати податку на прибуток тієї частини прибутку підприємств, яка відводиться на інноваційну діяльність.

Саме тому, на нашу думку, основний напрям реформування податкової системи повинен полягати в тому, щоби податкова система була більш нейтральною по відношенню до платників податків. Дотримання подібної умови дало б змогу уникнути бюджетних втрат і забезпечило б виконання основних принципів оподаткування.

Беручи до уваги досвід європейських країн, вважаємо можливим у процесі вдосконалення податкової системи з метою підвищення зацікавленості виробників в чесному веденні податкового обліку доходів враховувати такі основні принципи оподаткування прибутку:

– оподаткування прибутку має приводити до вилучення тільки отриманого прибутку, а не якоїсь «штучно» розрахованої величини;

– оподаткування прибутку має сприяти розвитку новостворених підприємств, а не діяти «задушливо» на підприємства, які тимчасово потрапили в складну економічну ситуацію;

– необхідно переглянути перелік, порядок та умови надання пільг з податку на прибуток підприємств.

Важливу роль у системі оподаткування прибутку також відіграє застосування пільг. Дуже складним завданням податкового законодавства з податку на прибуток є раціональна побудова системи пільг. За постійних поправок та змін пільги можна назвати найбільш нестабільним елементом податкової системи, тому для багатьох підприємств їх оптимальне використання є проблемою [15].

У сучасному податковому механізмі пільги відіграють особливу роль. Саме тому податкові пільги дуже ефективні як для підприємства, так і для економіки загалом. Прихильники збереження пільг з податку на прибуток вважають, що вони мають не лише стимулюючий, а й регулюючий характер. Відміна пільг, на їхню думку, позбавить підприємства здебільшого інвестицій та можливості утримання соціальної сфери, що не може не відбитися на ефективності їх діяльності, а отже, на стягуванні податків загалом.

Висновки. Таким чином, механізм оподаткування прибутку підприємств в Україні є недостатньо ефективним і потребує змін.

Нині підприємства України характеризуються рівнем високого податкового навантаження, що є досить вагомою перешкодою в розвитку економіки країни, адже надмірне податкове навантаження призводить до таких негативних наслідків, як зниження ділової активності суб'єктів господарювання, тінізація економіки, відтік національних капіталів за кордон.

Встановлено, що в системі оподаткування податок на прибуток підприємств та організацій відіграє досить значну роль щодо розвитку економічних відносин, а також є інструментом перерозподілу національного доходу та висту-

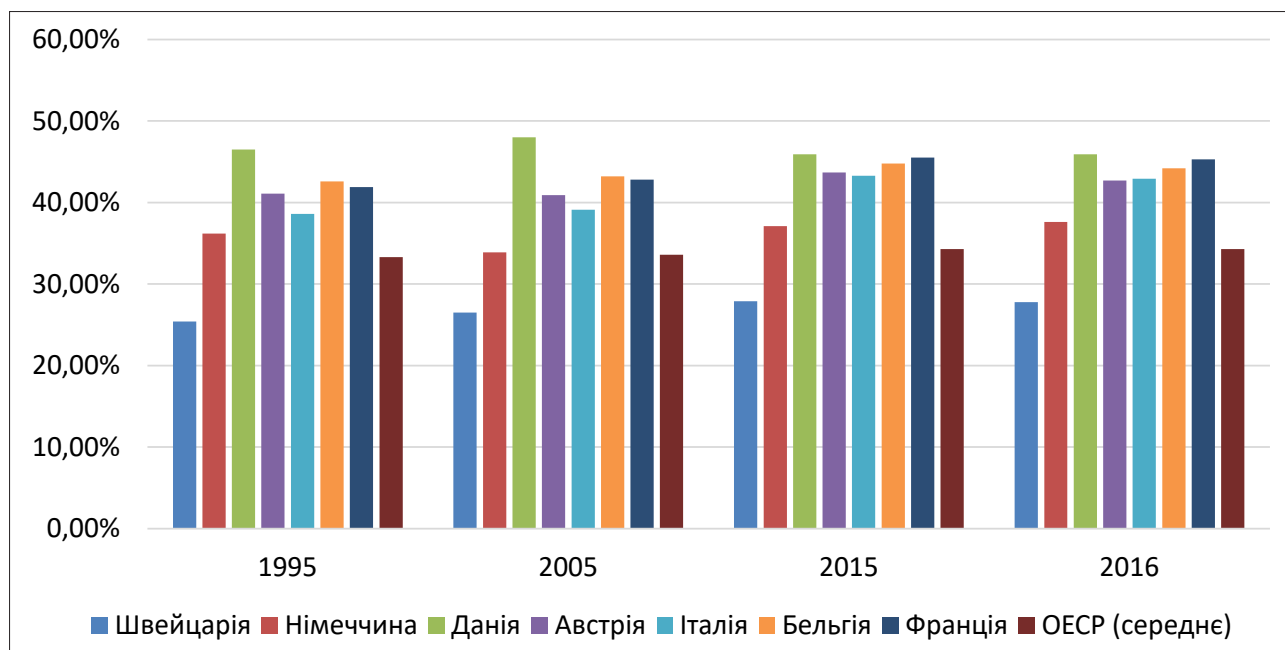


Рис. 3. Рівень загального податкового навантаження в європейських країнах, 1995–2016 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі джерел [14]

пає одним з основних джерел поповнення національного бюджету.

Саме тому ми вважаємо, що на цьому етапі важливо вжити низку заходів, спрямованих на вдосконалення механізму оподаткування прибутку підприємств, що в результаті матиме позитивний вплив на податкову політику держави загалом:

- зменшення податкового навантаження;
- розширення податкових пільг;
- переорієнтація функцій податкової системи з фіскальної на стимулюючу, що дасть

змогу без шкоди для економіки та повною мірою використовувати податкові важелі державного регулювання, створюючи передумови для економічного зростання та припливу інвестицій у виробничу сферу, що дасть можливість створити надійний фундамент для забезпечення стабільних надходжень до бюджету держави.

Завдяки вжиттю наведених вище заходів, на нашу думку, механізм оподаткування прибутку підприємств буде покращено, що в подальшому стане фактором розвитку підприємництва та економіки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бершадська І.І., Тульчинська С.О. Методи управління прибутком підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 20. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/113947/118761>.
2. Ямко П.Ю. Основні напрями вдосконалення механізму оподаткування прибутку підприємств в Україні на сучасному етапі розвитку світової економіки. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/2013/11-12%202013%20EX/Yamko.pdf>.
3. Тулуш Л.Д., Скітецька І.М. Оподаткування прибутку підприємств: практика застосування в Україні. Молодий вчений. 2017. № 3 (43). С. 860–863.
4. Дзівінська Ю.О., Ярема Б.П. Сучасний стан та перспективи оподаткування прибутку підприємств в Україні. Молодий вчений. 2017. № 3 (43). С. 645–648.
5. Голишевська Л.В., Скробач Н.Д. Податкове навантаження та його вплив на економіку України. URL: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64143.doc.htm.
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73 (в редакції від 18 березня 2014 р.). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
7. Непочатенко О.О., Боровик П.М., Щепелюк Б.Р. Оподаткування прибутку підприємств в Україні. Економіка. Управління. Інновації. 2015. № 1 (13). С. 50–52.
8. Мельнь О.В., Лукаш С.В. Актуальні питання оподаткування прибутку. Вісник НТУ «ХПІ». 2016. № 67 (1040). С. 107–110.
9. Петрушенко Ю.М., Воронцова А.С. Співвідношення між податковим навантаженням та забезпеченістю соціально-культурної сфери. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2017. № 4 (71). С. 45–48.
10. ВВП України. URL: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp>.
11. Доходи Бюджету та Пенсійного фонду. URL: <http://cost.ua/budget/revenue/pension>.
12. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>.
13. Revenue Statistics 2017. URL: <https://www.oecd.org/tax/tax-policy/revenue-statistics-highlights-brochure.pdf>.
14. Романюта Е. Моніторинг рівня податкового навантаження в Україні та країнах ЄС. Світ фінансів. 2017. № 2 (51). С. 128–136.
15. Фомин Е.П., Супрун Т.Р. Зарубежный опыт налогообложения малого бизнеса. URL: https://regrazvitie.ru/wp-content/uploads/2015/07/3_Fomin_Suprun.pdf.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

THEORETICAL BASIS AND EVOLUTION OF MARKETING COMPLEX DEVELOPMENT

Борисенко О.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Національний авіаційний університет

Табачук Н.О.

студентка,
Національний авіаційний університет

Одним з основних факторів успішної діяльності в бізнес-середовищі є застосування оптимально-збалансованого поєднання елементів сучасного маркетингового комплексу. У статті розглянуто теоретичні питання поняття «комплекс маркетингу», досліджено еволюційний розвиток комплексу маркетингу, узагальнено теоретично-методичні засади щодо визначення основних елементів маркетингового комплексу, визначено оптимальний маркетинговий мікс, що сприяє інтеграційному розвитку маркетингової діяльності у сучасному бізнес-середовищі.

Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетинг-мікс, продукт, ціна, місце просування, люди.

Одним из основных факторов успешной деятельности в бизнес-среде является применение оптимально-сбалансированного сочетания элементов современного маркетингового комплекса. В статье рассмотрены теоретические вопросы понятия «комплекс маркетинга», исследовано эволюционное развитие комплекса маркетинга, обобщены теоретико-методические основы по определению основных элементов маркетингового комплекса, определен оптимальный маркетинговый микс, который способствует интеграционному развитию маркетинговой деятельности в современной бизнес-среде.

Ключевые слова: маркетинг, комплекс маркетинга, маркетинг-микс, продукт, цена, место продвижения, люди.

One of the key factors for successful business in the business environment is the application of an optimally balanced mix of elements of a modern marketing complex. The article deals with theoretical issues of the concept of "marketing complex", explored the evolutionary development of the marketing complex, generalized theoretical and methodical principles for the identification of the main elements of the marketing complex and identified the optimal marketing mix that promotes the integration of marketing activities in the modern business environment.

Key words: marketing, marketing complex, marketing mix, product, price, place of promotion, people.

Постановка проблеми. Умовою економічного розвитку підприємства є його активна діяльність на ринку. Комерційний успіх забезпечується такими вагомими факторами, як знання бажань та потреб споживачів, швидке та гнучке реагування на всі їх вимоги. Це забезпечується завдяки вивченню можливостей та ефективному використанню різних методів, форм та способів продажу товарів та послуг, формуванню попиту наявних та потенційних споживачів.

Нині вже сформульовано загальні теоретичні основи вітчизняного маркетингу, але швидкий розвиток сучасного ринку, зростаюча увага до підвищення якості, зміни в цінах та спрямованість на споживачів вимагають постійних досліджень комплексу маркетингу, його взаємодії

із зовнішнім середовищем, інструментами та ресурсами маркетингу.

Це передбачає спрямованість маркетингової діяльності компанії на встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами та доповнення класичного комплексу «4P» інструментами, які враховують індивідуальні особливості споживача.

Комплекс маркетингу підприємства є основою всієї системи маркетингу, а управління комплексом маркетингу стає головним завданням досягнення успішності на ринку. Але система управління комплексом маркетингу не є універсальною для всіх підприємств, тому для випередження конкурентів необхідно шукати нові, оптимальніші підходи до аналізування

та вдосконалення комплексу маркетингу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню розвитку, формуванню базових теоретичних засад маркетингу та розробленню практичних рекомендацій присвячено багато наукових робіт як зарубіжних, так і українських вчених. Особливої уваги заслуговують праці зарубіжних науковців, присвячені дослідженню маркетингового комплексу, зокрема роботи Н. Борден, Дж. Маккарті [4], Ф. Котлера, М. Портера, Х. Мефферт, Р. Ключітта, Г. Стюарта. Серед вітчизняних науковців, які забезпечили розвиток наукових засад маркетингу, необхідно відзначити Л.В. Балабанову, А.В. Войчака, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчука, В.Я. Кардаша, Є.В. Крикавського, Н.В. Куденко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не применшуючи важливості теоретико-методологічних, методичних та прикладних напрацювань, підкреслюємо, що певне коло завдань залишилось недостатньо розкритим. Так, основні дослідження та вдосконалення методик проводились для комплексу «4Р», тоді як додаткові елементи комплексу маркетингу залишилися без належного опрацювання.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз передумов виникнення сучасних теорій «комплексу маркетингу», дослідження еволюційного розвитку комплексу маркетингу, визначення основних елементів маркетингового комплексу та оптимального маркетингового міксу, пошук шляхів практичного застосування інструментів комплексу в діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливим підходом до визначення сутності маркетингу є трактування його з позицій «комплексу маркетингу», що розглядається «як сукупність маркетингових засобів, що піддаються контролю, які компанія використовує з метою одержання бажаної реакції цільового ринку» [2].

Коли маркетинг почав ґрунтуватися на виділенні в товарах або послугах окремих характеристик, здатних задовольнити конкретну потребу певного кола споживачів, а на перший план вийшла сегментна орієнтація, набув широкого використання комплекс маркетингу, або всім відома концепція «4Р» (маркетинг-мікс) [1].

Перші спроби систематизувати інструменти маркетингу припадають на 40-і рр. ХХ ст. В одній з публікацій Джеймса Каллітона виникає новий термін “marketing mix” («комплекс маркетингу») [1]. Він стверджує, що маркетингові рішення повинні бути результатом певного «рецепту».

У 1953 р. на підставі праць Джеймса Каллітона президент Американської асоціації маркетингу Ніл Борден винайшов узагальнюючий термін «маркетинг-мікс» (від англ. “mix” – «змішувати») та запропонував його на одному із засідань цієї Асоціації [4, с. 135]. Ця модель складалась із 12 елементів, а саме планування

продукту, ціноутворення, брендінг, канали дистрибуції, особисті продажі, реклама, просування, упаковка, демонстрації, обслуговування, фізичні якості, пошук фактів та їх аналіз.

Згідно з найбільш поширеними трактуваннями комплекс маркетингу (маркетинг-мікс) – це сукупність маркетингових засобів, певна структура яких забезпечує досягнення поставленої мети та вирішення маркетингових завдань.

Альберт Фрей у 1961 р. поділив їх на 2 групи, такі як пропозиція (продукт, упаковка, бренд, сервіс) та методи й інструменти (канали дистрибуції, реклама, особисті продажі, стимулювання збуту, PR).

У 1964 р. Джеррі Маккарті запропонував модель «4Р», а саме комплекс маркетингу, що складається тільки з 4 елементів, таких як продукт (“product”), ціна (“price”), дистрибуція (“place”), просування (“promotion”) [4].

Відповідно до цієї концепції організації в межах маркетингової діяльності розробляють і реалізують товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику. Ця класифікація Дж. Маккарті стала загальноприйнятною та найчастіше використовується в процесі управління маркетингом. Маркетинг-мікс, згідно з його визначенням, є комбінацією його інструментів, яка використовується у певний момент часу підприємством та спрямована на цільові сегменти ринку на оперативному рівні [4].

Концепція Дж. Маккарті «4Р» була вперше опублікована в 1965 р. у статті “The Concept of the Marketing Mix”, автором якої був Нейл Боден. Класифікація Дж. Маккарті стала загальноприйнятною та найчастіше використовується в процесі управління маркетингом.

Концепція «4Р» одержала підтримку багатьох учених в галузі маркетингу та нині розвивається ними. Так, Ф. Котлер під комплексом маркетингу (маркетинг-мікс) розуміє набір змінних чинників маркетингу, що піддаються контролю, сукупність яких фірма використовує в прагненні викликати бажану у відповідь реакцію з боку цільового ринку. Основними елементами комплексу маркетингу він вважає товар, ціну, методи розподілу (поширення) та просування товару [7].

Отже, до складу класичної моделі входять “product” (продукт), “price” (ціна), “place” (розподіл), “promotion” (просування).

“Product” (продукт) є таким інструментом маркетингу, який спрямований на надання виробленим товарам такої якості та таких властивостей, що максимально відповідають потребам споживачів і вимогам ринку. До складу цього елемента входять асортимент, якість, дизайн, упаковка, сервіс, технічне обслуговування, гарантійне обслуговування, якість обслуговування, торгова марка.

“Price” (ціна) є інструментом маркетингу, що формує ціну продукції для кінцевого споживача. До цього елемента належать ціни для кінцевого споживача, для оптовика, позиціонування, знижки й умови платежу, умови видачі кредиту, прайс-лист.

“Place” (розподіл) є інструментом маркетингу, спрямованим на формування способів раціонального переміщення товарів від виробника до безпосереднього споживача продукції. До елемента включають канали збуту, охоплення ринку, дилерську підтримку, щільність мережі збуту, час від оформлення до постачання, товарні запаси, транспорт.

“Promotion” (просування) є інструментом маркетингу, що спрямований на стимулювання попиту. До елемента включають торговий персонал, рекламу, стимулювання, персональний продаж, виставки, політику щодо торгової марки [8].

Таким чином, виникла «літерна концепція», оскільки всі чотири елементи комплексу маркетингу Дж. Маккарті починалися з однакової літери «P». Під час еволюційних трансформацій та розширення «4P» збереження «літерного» підходу зазнало деяких проблем, оскільки науковці намагались додавати у класичну модель лише ті елементи, які так само починалися на літеру «P».

Отже, комплекс маркетингу («4P») – набір контрольованих мінливих факторів, інструментів маркетингу, сукупність яких фірма використовує в прагненні викликати бажану відповідну реакцію з боку цільового ринку [4, с.132].

Поява цієї моделі стала своєрідною реакцією на поширення в економіці ситуацій ненадійності й ризику, за якої неможливо запропонувати однозначний алгоритм правильного рішення, оскільки кількість можливих комбінацій факто-

рів є досить великою, а результат діяльності за цих умов неможливо точно розрахувати.

Термін «маркетинг-мікс» є ключовим терміном, який визначає комбінацію інструментів підприємства на оперативному рівні, що використовується підприємством упродовж визначеного періоду часу.

Розвиток ринкових відносин, становлення конкурентного середовища та соціальний розвиток суспільства привели до зміни вектору ефективного функціонування підприємств з «виробничо-орієнтованих концепцій» на «клієнтоорієнтовані концепції».

На цьому етапі стало зрозуміло, що збалансованої системи елементів класичного комплексу «4P» вже недостатньо для підтримання конкурентоспроможності підприємства. Отже, на наступному етапі свого еволюційного розвитку концепція вже спрямована на безперервне дослідження не лише потреб, але й вимог споживачів, на формування стратегій їх задоволення відповідно до актуальних тенденцій ринку та споживчої цінності. Розвиток концепції зумовлений пошуком такого поєднання інструментів маркетингу, який би забезпечив перевагу фірми на ринку.

Зарубіжні та вітчизняні теоретики маркетингу, беручи за основу сформовану концепцію, доповнюють її новими елементами, що об'єднуються в такі моделі, як, зокрема, «5P», «6P», «7P», «8P», «10P», «12P». Еволюційний розвиток концепції «4P» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Еволюція концепції системи інструментів маркетингу

Комплекс	Елементи	Переклад	Зміст елементів
4P	Product Price	Продукт Ціна	Товари і послуги, підприємства Сума грошей, що необхідно сплатити споживачеві для отримання товару чи послуги
	Place Promotion	Місце (розподіл) Просування	Збутова діяльність Розповсюдження інформації та
5P	People (personnel)	Люди (персонал)	Персонал, який надає послуги
6P	Publicity	Публічність	Популяризація позитивних особливостей фірми через ЗМІ
7P	Process	Процес	Процес вибору товару чи надання якісних послуг
	Physical Evidence	Фізичний доказ	Матеріальне втілення наданої послуги
8P	Perceptual psychology	Психологічне сприйняття	Психологічні асоціації покупця
10P	People Package	Люди Упаковка	Учасники купівлі-продажу
	Purchase	Покупка	Засіб зберігання товару та елемент наочного відображення бренду
	Probe Public Relations	Апробація Зв'язки з громадськістю	Передумови та наслідки ухвалення рішення о купівлі Перевірка на практиці Створення позитивного іміджу підприємства, продукції, послуг
12P	Physical Premises Profit	Навколишнє середовище Прибуток	Умови створені для ефективного збуту власної продукції 1 Дохід за відрахуванням витрат
	Physical premises Profit	Навколишнє середовище Прибуток	Умови, створені для ефективного збуту власної продукції. Дохід за відрахуванням витрат.

В процесі застосування концепції маркетинг-міксу сформульовано цілу низку додаткових або альтернативних класифікацій, які часто відбивали особливості конкретної сфери застосування комплексу маркетингу.

Здебільшого адаптація проводилась шляхом додавання одного або декількох «Р» до переліку «4Р» Дж. МакКарті.

Аналіз додаткових «Р» дає змогу розділити їх на декілька груп:

- перша група охоплює ті «Р», які розширюють, уточнюють зміст традиційних чотирьох «Р», тому їх можна вважати деталізованими елементами комплексу маркетингу в складі концепції «4Р»;

- друга група охоплює ті «Р», які слугують не інструментами, а функціями маркетингу, тому виходять за межі комплексу маркетингу;

- третя група охоплює ті «Р», які виходять за межі і комплексу маркетингу, і функцій маркетингу, їх назви неправильно відбивають зміст через потребу підбирати слова, які починаються на англійську літеру «Р».

В літературі і на практиці найбільш часто зустрічається парадигма «5Р», що включає поняття “People”, під яким розуміють людські ресурси в широкому сенсі, а саме і персонал компанії, і споживачів, і спілкування зі споживачами у процесі особистого продажу. Фактично облік людського фактору (“people”) передбачає не тільки спілкування, але й встановлення певних відносин як з персоналом всередині компанії, так і зі споживачами [9, с. 112].

Б. Бумс і Дж. Бітнер у 1981 р. запропонували розширити комплекс маркетингу щодо ринку послуг, перетворивши концепцію «4Р» на «7Р». При цьому до традиційних чотирьох «Р» вони додали ще три, а саме “People”, “Process”, “Physical evidence”. Вони аргументували це тим, що в теорії маркетингу послуг особлива увага приділяється взаємовідносинами, розвитку мереж і взаємодії, тому такий підхід навіть одержав назву «маркетинг партнерських відносин» (“relationship marketing”). Процес позначає всі процедури, механізми, динаміку діяльності взаємодії, в ході яких здійснюється виробництво послуги та відбувається контакт із клієнтом. У рамках цього підходу як активний учасник ринку розглядається не тільки продавець, але й покупець; продавець розглядає покупця як абсолютно рівного партнера, і обидві сторони мають отримувати вигоду від взаємин, що складаються між ними [4, с. 247].

Пізніше до семи «Р» маркетингу послуг додали ще одне – восьме «Р», а саме “perceptual psychology”, і так виникла концепція «8Р». На відміну від елемента “perceptual psychology”, який відтворює об’єктивні чинники сприйняття послуги, елемент “perceptual psychology” відтворює суб’єктивні чинники сприйняття послуги споживачем, які виявляються в психологічних асоціаціях споживача щодо назви підприємства, його символіки [4, с. 258].

На нашу думку, всі ці моделі є спрощенням первісної концепції Н. Бордена, який розглядав 12 елементів комплексу маркетингу. Ці елементи він представляв як спрямовуючі лінії в маркетингу.

Таким чином, під час реалізації маркетинг-міксу необхідно брати до уваги той факт, що домінувати мають ті інструменти, які спрямовані на сегменти ринку та цільові групи, тобто на учасників ринку, які є важливими для підприємства.

Отже нині існує велика кількість маркетингових комплексів, що створюються з метою уточнення наявної концепції «4Р». Але оптимальний маркетинг-мікс є такою комбінацією маркетингових інструментів, завдяки якій забезпечується досягнення поставлених цілей за раціонального витрачання наявних засобів бюджету маркетингу. Відносна значимість кожного окремо взятого інструмента маркетинг-міксу залежить від різних факторів, таких як тип організації, вид товару, поведінка покупців, відповідно, традиційним маркетинг-міксом залишається найбільш ефективний та простий у застосуванні комплекс. Крім комплексу «4Р» та елементів, що доповнюють його, існують концепції, що оцінюють комплекс маркетингу з боку споживачів та суспільства (рис. 1) [1; 2; 3; 7].

У 1990 р. Роберт Латеборн запропонував концепцію «4С». Вона відбиває погляд споживача на комплекс маркетингу виробника, адже покупець сприймає товарну пропозицію виробника як комплекс корисних ознак, акумулятовану споживчу цінність [5, с. 155]. До неї входять:

- “consumer needs and wants” («недостатки і потреби споживача»), що передбачають дослідження та деталізацію потреб, цінностей, бажань та вимог споживачів до товару;

- “consumer cost” («витрати споживача»), що враховують не лише фінансові витрати на купівлю продукту, але й зусилля як потенційних, так і реальних споживачів, пов’язаних з процесом придбання;

- “convenience” («зручність»), що полягає не лише в доступності товару (послуги) для споживача, але й у спроможності задовольняти базові потреби та забезпечувати додаткові переваги;

- “communication” («комунікація», «обмін інформацією»), що забезпечує інформованість споживачів про найбільш вагомні характеристики товару, їх переваги серед аналогів конкурентів.

З точки зору концепції «4С» складова «недостатки та потреби споживача» визначає потребу детального вивчення потреб, цінностей та вимог споживачів до товару, чіткого визначення цільової аудиторії, її особливостей, бажань та стилю життя. Як і в інших сферах діяльності, елемент «витрати споживача» можна умовно поділити на прямі та непрямі. Прямими можна вважати фінансові витрати на придбання товарів чи послуг, а непрямими –

зусилля споживача, пов'язані з їх придбанням. Під зручністю у цій концепції можна розуміти доступність товару чи послуги для споживача, а також здатність не тільки задовольняти базову потребу, але й надавати додаткові переваги. Елемент «комунікація» розкриває ступінь обізнаності споживача про товар чи послугу, їх вагомі характеристики, переваги порівняно з аналогічними пропозиціями компаній-конкурентів. Реалізація цієї складової залежить від ефективності маркетингових комунікацій підприємства, що охоплюють широкий спектр інструментів, зокрема рекламу, PR, прямиї маркетинг, методи стимулювання збуту. Отже, модель «4С» обґрунтувала потребу створення програм лояльності для споживачів, врахування їх бажань і потреб, підштовхнула виробників до співробітництва та налагодження каналів зворотного зв'язку для підвищення споживчої лояльності, а також якості продуктів та послуг.

Наступним етапом трансформації концепції наплексу «4Р» є модель «4А», яка виникла наприкінці ХХ ст. [6]. До її складу входять:

– “acceptability” («прийнятність»), що містить параметричну інформацію про продукт, яка спонукає та схиляє споживача до придбання, створює потребу в товарі підприємства порівняно з аналогами конкурентів;

– “affordability” («можливість придбання»), що є забезпеченням таких індивідуальних властивостей товару, які формують у свідомості споживача позитивне ставлення, визначають унікальність та цінність, що спонукає до повторного придбання «самого цього товару»;

– “availability” («наявність»), що полягає у забезпеченні можливості отримати вільний доступ до вибраного товару для споживача, що є можливим лише за умови ефективних засобів продажу та каналів розподілу продукції;

– “awareness” («обізнаність»), що створює потребу та формує мотиви споживачів під час прийняття рішення щодо вибору певного товару з великої кількості аналогів.

В концепції «4А» під складовою «прийнятність» розуміють ті важливі характеристики товару, які схиляють споживача до його при-

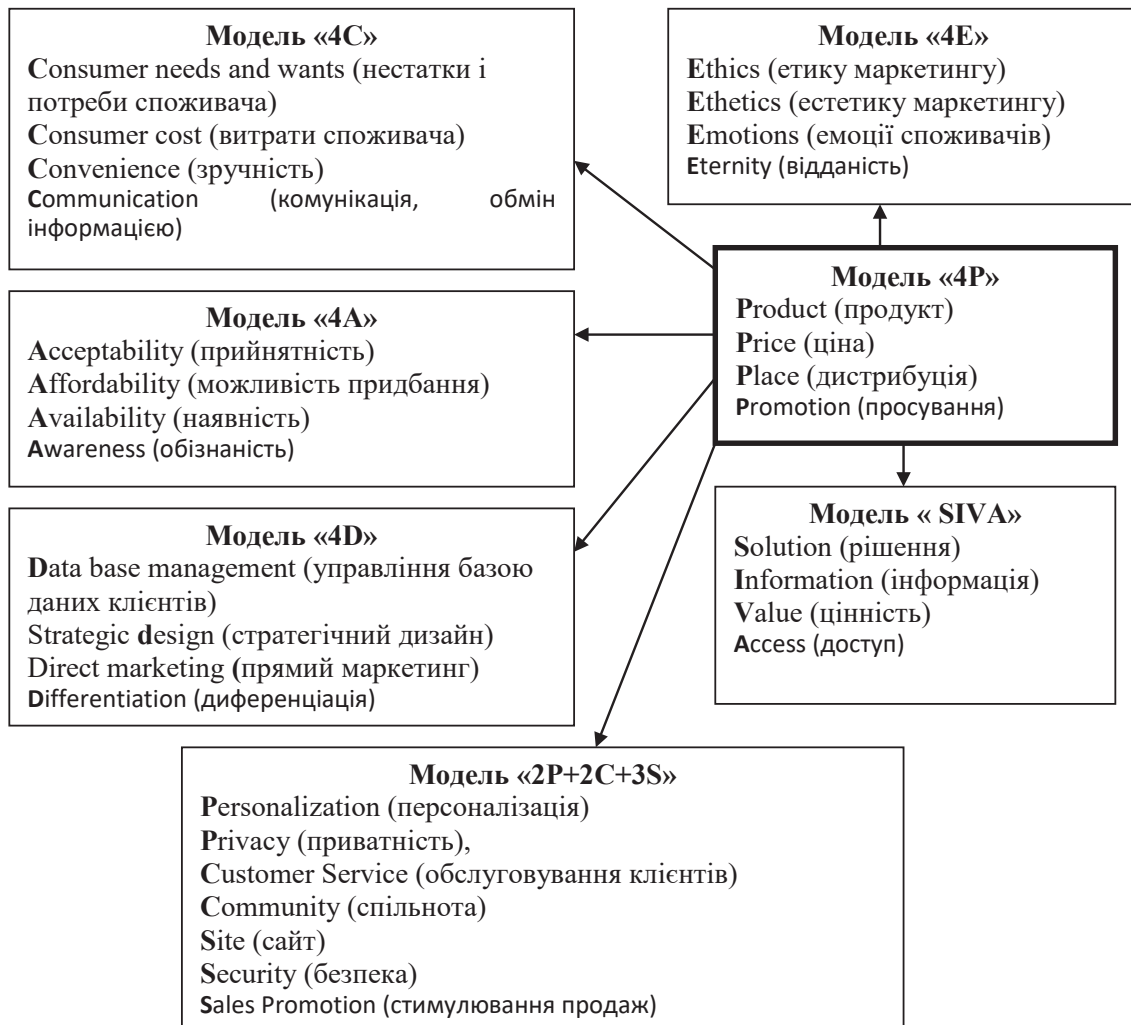


Рис. 1. Еволюційні перетворення концепції «4Р»

дбання, відрізняють його від інших аналогічних товарів або створюють потребу в ньому. Можливість придбання – це здатність споживача вперше купити товар та/або зробити це ще раз. Для цього необхідно, щоб у споживача сформувався позитивне ставлення до продукту, зумовлене індивідуальними властивостями товару. Під наявністю у цій концепції можна розуміти доступний спосіб продажу та канал розподілу продукції, що дає змогу йому отримати вільний доступ до вибраного товару. Елемент «обізнаність» є найбільш важливим для споживача в момент вибору товару. Обізнаність споживача про товар створює потребу в ньому та мотив для його придбання. Отже, модель «4А», як і попередня, спрямована на споживача, оскільки основні її складові розкривають психологічні аспекти формування споживчої цінності, тобто спрямовані на мотиви придбання товарів, фактори формування позитивного ставлення до підприємства, створення хорошого іміджу товару тощо.

У 2004 р. польським професором Анджей Шромнік запропоновано концепцію «4D». Ця концепція ґрунтується на партнерському маркетингу, демонструє нові площини маркетингової діяльності та пропонує нове розуміння його інструментів. Згідно з цією концепцією замість традиційних «4Р» виділяють так чотири елементи [9, с. 159–162]:

- “data base management” («управління базою даних клієнтів»), що дає змогу проводити маркетингові дослідження з метою контролю, втримання реальних клієнтів та залучення потенційних споживачів;

- “strategic design” («стратегічний дизайн»), що відображає стратегічний напрям маркетингової діяльності підприємства, дає змогу визначити домінуючий вплив на психічно-інтелектуальний стан та прийняття рішення споживачами;

- “direct marketing” («прямий маркетинг»), що є інструментом маркетингу, деталізацією елементу “promotion” комплексу маркетингу «4Р»;

- “differentiation” («диференціація»), що полягає у забезпеченні конкурентної переваги товарної пропозиції підприємства та відображає вимогу до ефективного комплексу маркетингових засобів.

Згідно з концепцією «4D» ринковий успіх підприємству гарантують створення клієнтських баз даних, стратегічний напрям у маркетинговій діяльності, безпосереднє спілкування зі споживачем (прямий маркетинг) та пошук ефективних напрямів диференціації товарної пропозиції. Безперечно, напрям розвитку елементів маркетингового комплексу «4D» є своєчасним та актуальним. Однак слід зазначити, що концепцію «4D» не доцільно сприймати як класичний комплекс маркетингу, оскільки застосування елементів цієї моделі окремо від «4Р» забез-

печує можливість впливати не на покупців, а на інші суб'єкти маркетингу для досягнення встановленої мети. При цьому концепцію «4D» необхідно сприймати як доповнення до основних інструментів маркетинг-міксу, що сприятиме встановленню більш тісного зворотного зв'язку зі споживачами.

Російським науковцем Т.М. Махровою запропонована Гуманістична модель комплексу маркетингу «4Е», що створювалась як своєрідна надбудова над комплексом «4Р» та визначала принципи роботи компанії під час формування маркетингової стратегії та просування продукції. Модель включає [6]:

- “ethics” («етика маркетингу»), що полягає в досягненні цілей виробника шляхом більш результативного та ефективного задоволення потреб ринку порівняно з конкурентами з урахуванням благополуччя суспільства загалом;

- “ethetics” («естетика маркетингу»), що полягає в необхідності врахування чуттєвості сприйняття споживачем товару, іміджу, бренда, фірмового стилю, що дасть змогу сформулювати позитивне ставлення;

- “emotions” («емоції споживачів»), що є інструментом маркетингу, який впливає не на логіку, а на почуття людини, викликає психологічну реакцію в момент взаємодії з виробником (продавцем) та в процесі використання товару;

- “eternity” («відданість»), що є результатом елементом, який відбиває позитивний вплив попередніх трьох елементів та забезпечує конкурентоздатність внаслідок взаємовигідних відносин виробника та споживача.

Естетика маркетингу спрямована на вивчення чуттєвого сприйняття споживачем бренда, фірмового стилю та самого товару чи послуги. Вона використовує прагнення до прекрасного для успішного формування позитивного іміджу бренда у свідомості споживача [9, с. 174]. Згідно з елементом «етика маркетингу» в основі діяльності виробника повинні лежати знання про потреби ринку, а його завдання полягає у досягненні своїх цілей через задоволення потреб ринку більш ефективними та продуктивними, ніж у конкурентів, способами з одночасним зміцненням благополуччя суспільства загалом. Елемент «емоції споживачів» охоплює почуття, переваги, ставлення, наміри та сприятливі або несприятливі судження про бренд і товар, які формуються у споживача під час взаємодії з виробником або продавцем товару та в процесі його використання. Внаслідок позитивного впливу перших трьох елементів комплексу формується елемент «відданість», який є запорукою довгострокових, стійких та взаємовигідних відносин виробника та споживача.

Будь-яке підприємство в процесі свого функціонування перебуває в інформаційному середовищі, сприяє генерації, поширенню й отриманню найрізноманітнішої інформації. Саме тому виникла необхідність застосування

у підприємницькій діяльності як традиційних, так і неформальних елементів маркетингових комунікацій. У 2005 р. в журналі "Marketing Management" Ч.С. Дев та Д.Е. Шульц запропонували альтернативну модель «SIVA», яка фактично є тією ж моделлю «4P», але зі «зворотного» боку, тобто очима покупця. У цій моделі кожному з елементів класичної моделі «4P» ставиться у відповідність елемент моделі «SIVA»:

- "solution" («рішення»), що визначає, наскільки вдало знайдено спосіб вирішення проблеми незадоволеності потреби споживача;
- "information" («інформація»), що визначає достатність поінформованості споживача;
- "value" («цінність»), що полягає у збалансованості витрат та отриманих вигод споживачем;
- "access" («доступ»), що полягає у забезпеченні доступності вирішення запитів споживачів.

Отже, комплексне використання моделей «SIVA» та «4P» дає змогу створити міцну комунікаційну систему між виробником та споживачем, яка здатна задовольнити потреби обох сторін.

Також у 2005 р. у своїй публікації Отілія Отлакан запропонувала модель «2P+2C+3S», що є комплексом електронного маркетингу та включає "Personalization" («персоналізація»), "Privacy" («приватність»), "Customer service" («обслуговування клієнтів»), "Community" («спільнота»), "Site" («сайт»), "Security" («безпека»), "Sales promotion" («стимулювання продажів»). Ця концепція є більш вузькою та спрямована лише на сферу електронного маркетингу [7].

Отже, у сучасних умовах концепція «4P» зазнала значних трансформаційних змін відповідно до умов сучасного ринкового середовища та переорієнтації споживчих цінностей. Зарубіжні та вітчизняні науковці у сфері маркетингу сформовану концепцію постійно доповнюють новими елементами. Проте, на нашу думку, замінити «4P» не може жодна з названих

концепцій комплексу маркетингу. Адже комплекс «4C», «4A» та модель «SIVA» логічніше розглядати як комплекс споживача, «4D» відбиває тільки окремі функції, різновиди маркетингу, конкретизує наявне, але не створює нових інструментів маркетингу; концепція «4E» охоплює лише гуманістичну сторону маркетингу та може доповнити «4P», але не замінити його; комплекс «2P+2C+3S» може застосовуватися тільки у сфері електронного маркетингу.

Таким чином, необхідність доповнення маркетинг-міксу новими інструментами полягає в пошуку такого поєднання засобів, які б дали змогу найповнішою мірою задовольнити потребу певного сегменту ринку.

На основі проведеного дослідження сформовано структурно-логічну схему, яка зазначає послідовність дій, яких потребує процес удосконалення комплексу маркетингу підприємства (рис. 2).

Планування комплексу маркетингу підприємства починається з комплексного дослідження ринку, тому що воно орієнтоване на задоволення потреб споживачів. У ході цього дослідження проводиться вивчення поведінки споживачів, їх смаків та уподобань, потреб, споживчих переваг, мотивів, що спонукають їх купувати товар, що дає змогу підприємству якнайкраще задовольнити їх потреби. Дослідження ринку також передбачає вивчення та прогнозування попиту на товар, аналіз цін і товарів конкурентів, визначення місткості ринку та частки підприємства на ньому. Такий аналіз допомагає оцінити ринкові можливості та визначити привабливий напрям маркетингової діяльності, на якому підприємство може набути конкурентних переваг.

Водночас ведеться пошук своїх потенційних споживачів, потреби яких підприємство прагне задовольнити. Притому використовується дуже важливий маркетинговий прийом, а саме сег-

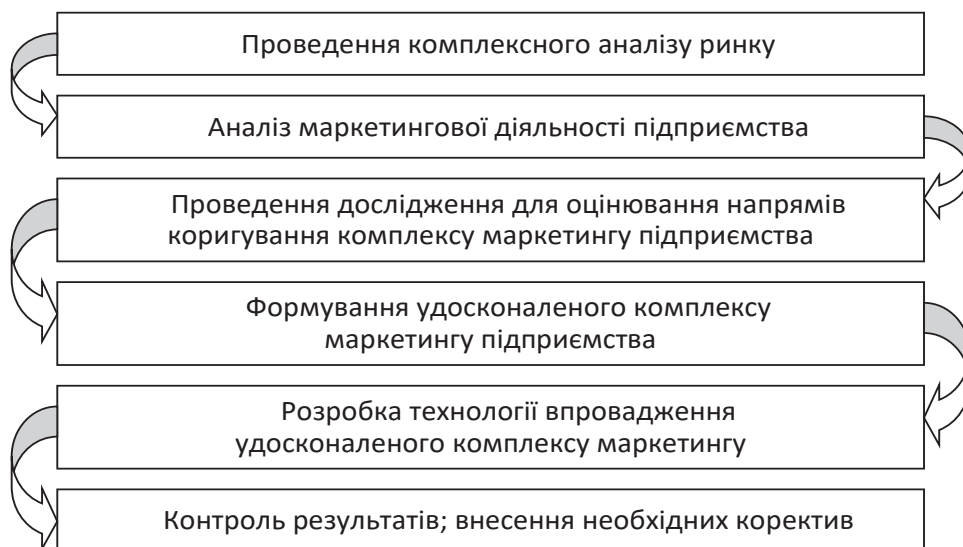


Рис. 2. Процес удосконалення комплексу маркетингу підприємства

ментація ринку, тобто розподіл споживачів на групи на підставі різниці в їх потребах, характеристиках та поведінці. Після цього приймається рішення щодо позиціонування товару на ринку. Тепер підприємство може розпочинати розроблення комплексу маркетингу.

У ситуації, коли комплекс маркетингу підприємства потребує вдосконалення, першочерговим після проведеного дослідження є аналіз наявної системи комплексу маркетингу, виявлення її слабких сторін та недоліків для подальшої цільової роботи з певними елементами. Тоді поетапно аналізується кожен з елементів комплексу маркетингу підприємства. Після цього відбувається формування вдосконаленого комплексу маркетингу підприємства, розробляється технологія провадження вдосконаленого комплексу маркетингу на підприємство. Результати впровадженого комплексу маркетингу відстежуються, аналізуються, відповідно до стратегій вносяться необхідні корективи.

Висновки. Отже, сучасна маркетингова діяльність повинна бути гнучкою, реагувати на постійні зміни ринкового середовища та адаптуватися до них. Саме тому еволюція класичної концепції «4P» є невід'ємним напрямом розвитку сучасного маркетингу. Розвиток концепцій

зумовлений необхідністю та пошуком такого збалансованого переліку інструментів маркетингу, який би забезпечив конкурентну перевагу підприємства, цінність та унікальність для споживача у довгостроковій перспективі.

На нашу думку, успіх маркетинг-міксу визначається якістю менеджменту, а особливо його творчим підходом та відчуттям ринку. З моменту свого виникнення до цього часу комплекс маркетингу «4P» набув шаленої популярності і став базовим або навіть головним елементом як теорії маркетингу, так і практичної маркетингової діяльності.

В процесі дослідження ми визначили, що існують лише чотири елементи комплексу маркетингу (продукт, ціна, збут і просування продукту), що є контрольованими інструментами комплексу маркетингу. Всі інші елементи, долучені до них, порушують єдність і структурність цієї концепції та не можуть розглядатися на одному рівні з «класичними» елементами комплексу маркетингу. В процесі пошуку заходів для зростання попиту на продукцію товаровиробників нами уточнено, що поки що жоден з розроблених комплексів не може замінити традиційний комплекс «4P», а дослідження цього питання є невід'ємною складовою еволюції маркетингу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія. Суми: вид-во СумДУ, 2011. 192 с.
2. Комплекс маркетинга «4P». URL: <http://sales-doc.org.ua>.
3. Левіна М.О. Теоретичні основи комплексу маркетингу. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Сер.: Економіка. 2010. № 5. С. 70–75.
4. McCarthy E.J. Basic Marketing: A Managerial Approach. Home Wood. IL: Irvin, 1960. 392 p.
5. Махрова Т.Н. Гуманистическая модель маркетинга. Владимир: Российская ассоциация маркетинга, 2003. 294 с.
6. Пан Л.В., Абрамович О.К. Комплекс маркетингу та його роль в умовах комунікаційної ери маркетингу. Економіка Криму. 2008. № 25. С. 33–36.
7. Полюєнко М.В. Комплекс маркетинга. Онлайн-енциклопедія маркетинга. URL: <http://marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>.
8. Свободная энциклопедия маркетинга. URL: <http://www.marketopedia.ru>.
9. Філонов В.І. Маркетинг та ефективність підприємства: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана». Київ, 2011. 190 с.

EVENT-MЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕННІ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА

EVENT-MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT

Бусловская А.А.

магістрант,

Дніпровський національний університет імені Олеса Гончара

Сардак С.Э.

доктор економічних наук, доцент,

професор кафедри

економіки і управління національним господарством,

Дніпровський національний університет імені Олеса Гончара

Стаття посвячена дослідженню event-менеджменту в управлінні розвитком туризму. Розкрито потенціал event-менеджменту в сфері туризму. Вивчено подієвий туризм та його перспективи розвитку на українському ринку туристичних послуг.

Ключевые слова: event-менеджмент, событийный туризм, мероприятия, развитие, туризм.

Стаття присвячена дослідженню event-менеджменту в управлінні розвитком туризму. Розкрито потенціал event-менеджменту у сфері туризму. Вивчено подієвий туризм та його перспективи розвитку на українському ринку туристичних послуг.

Ключові слова: event-менеджмент, подієвий туризм, заходи, розвиток, туризм.

The article is devoted to the study of event-management regarding the development of management within the tourism industry. The potential of event-management in the sphere of tourism is revealed in this study, thus revealing prospects for development in the Ukrainian tourism services market, which were identified and analyzed.

Key words: event-management, event-based tourism, events, development, tourism.

Постановка проблеми. Туристическа отрасль в Украине является потенциально важной сферой национальной экономики, поэтому сегодня чрезвычайно важно развивать и продвигать туристические дестинации нашей страны, в том числе через ресурс событийного туризма. В связи с этим появляется актуальная и непростая задача: традиционные услуги в рамках культурно-познавательного туризма трансформировать в новый туристический формат, который сумел бы объединить в себе имеющиеся формы организации туров, экскурсий и досуга с атмосферой праздника, уникальными положительными впечатлениями с активным персональным участием. То есть речь идет о качественно новом, инновационном инструменте управления, который в практике деятельности и научных кругах называют event-менеджментом.

Анализ последних исследований и публикаций. В научной литературе сфера развития event-менеджмента освещена такими учеными, как И. Антоненко [1], С. Донских [2], О. Карпюк, А. Сингаевская [3], Б. Кнаузе [4], А. Крупский [5], Н. Мартыщенко [6], О. Радионова [7], М. Сондер [8], С. Сардак, В. Джинджоян, А. Самойленко [16], К. Федоров [9], У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кна-

узе, Р. Мозер, М. Целлер [10], Т. Хамидов [11], О. Шикина, В. Олейник [12], А. Шумович [13–14].

Выделение не решенных ранее частей общей проблемы. Вышеуказанные исследователи осветили содержание event-менеджмента и перспективы его развития в туристической индустрии. Однако в Украине event-менеджмент находится на этапе становления, а научные исследования в этой сфере требуют углубления и разработки прикладных механизмов в условиях реалий национального туристического рынка.

Формулировка целей статьи (**постановка задания**). Целью статьи является определение потенциала event-менеджмента в управлении развитием туризма. Для достижения цели использовались такие методы, как анализ и синтез, метод сравнений и аналогий, абстрагирование, обобщение и гипотетический метод.

Изложение основного материала исследования. В XXI веке глобализация сферы международного туризма обуславливает перманентный рост конкуренции между популярными направлениями и поиск оптимальных позиций на туристическом рынке. В такой ситуации событийный туризм выступил как новое

направление в развитии туристических дестинаций и инструмент привлечения потребителей, поиска инвестиций, улучшения локального и регионального уровней экономики.

Событийный туризм – это сравнительно молодое направление туризма как в Украине, так и в мире, в котором главной мотивацией потребителей выступает интерес к посещению определенного спортивного, развлекательного, музыкального или иного события и принятия в нем участия. Уникальные событийные туры сочетают в себе рекреацию, отдых и развлечения одновременно. По оценке Всемирной туристической организации (UNWTO) событийные мероприятия на данный момент являются одной из составляющих активного развития туризма во многих странах. Событийный туризм отличается от многих видов туризма своей атмосферой, привлекает туриста уникальностью интересующей его программы и яркими эмоциями.

Особенностями событийного туризма являются его широкие ресурсные возможности. Прогнозируется, что в 2020 году участники событийных туров превысят свое количество в сравнении с разнородными турами и будут составлять около 35% от общего спроса [3, с. 40].

Проведение различных масштабных событийных мероприятий способствуют значительному увеличению потока туристов и развитию туристической отрасли. К тому же это обуславливает улучшение других отраслей, таких как, в частности, транспорт, строительство, торговля.

Появление событийного туризма в Украине обусловлено потребностью потребителей в новых эмоциях и впечатлениях, что ранее имело латентную форму спроса («скрытый спрос»). Туристические компании начали организовывать событийные туры с 2002 года, но этот вид туризма в нашей стране развивается достаточно медленно.

Жители Украины путешествуют в другие страны, чтобы посетить масштабные события, известные на весь мир, в том числе Олимпийские игры, Евровидение, Бразильский и Венецианский карнавалы. К сожалению, количество иностранцев, которые приезжают в Украину, чтобы посетить определенное мероприятие, достаточно мало. Наибольший спрос иностранцев на событийный туризм в Украине был зафиксирован в 2005–2006 годах, когда впервые в Киеве был проведен всемирно известный конкурс Евровидение, впоследствии наблюдалось его снижение, связанное с экономическим кризисом, а далее наблюдался рост в 2012 году, когда Украина принимала Чемпионат Европы по футболу [12, с. 462].

Стоит обратить внимание на негативные факторы развития event-менеджмента в Украине. За небольшой промежуток времени существования на рынке данного направления образовывается огромное количество компаний, предоставляющих услуги по организации мероприятий. Но при

этом в стране отсутствуют высшие учебные заведения, выпускающие специалистов в области событийного менеджмента. Как следствие, не все компании могут продемонстрировать достаточный профессионализм сотрудников, которые уверенно смогли бы заинтересовать потенциальных клиентов, правильно подать им идею и проинформировать о возможностях индустрии мероприятий. Клиент не всегда может четко сформулировать задачу и критерии проведения мероприятия. Однако event-агентства работают за счет современных средств коммуникации и имеют большой запас мест для проведения и организации мероприятий.

В связи с уже сложившейся тяжелой экономической ситуацией в стране и проблемами формирования экономики следует выделить низкую покупательную способность потенциальных клиентов. Также современный низкий спрос на событийный туризм в Украине обусловлен политическими факторами, а также тем, что государство не вкладывает средства в развитие данного вида туризма, так как распространение событийного туризма зависит от надлежущей организации событийных туров основными субъектами туристической индустрии (туристическими операторами и туристическими агентствами), а также многочисленными субъектами туристической инфраструктуры.

В 2015–2016 годы событийный туризм в Украине постепенно распространялся за счет появления большого количества региональных и локальных событий. Такие крупные города, как Киев, Харьков, Одесса, Львов и Днепр, проводят мероприятия определенной тематики, которые привлекали украинских и иностранных туристов. Также в этих городах довольно часто организовываются общественные, культурные и образовательные мероприятия.

Например, в Одесской области служебная цель поездки занимает 5,26% (или 1,7 тыс. чел.) общего количества обслуженных туристов, но распределение по видам туризма неравномерно: въездные туристы составляют 3,42% (101 чел.), выездные туристы – 4,47% (1 118 чел.); внутренние туристы – 10,79% (489 чел.) [12, с. 463]. То есть наблюдается неразвитость служебной, деловой и учебной активности для иностранных туристов. Это указывает на целесообразность применения event-менеджмента для повышения удельного веса служебного, делового и учебного сегментов.

Одной из главных положительных тенденций развития услуг по организации мероприятий являются интернет-ресурсы, откуда можно почерпнуть опыт развития, например, зарубежных event-услуг и усовершенствовать отечественные. В будущем нерентабельные агентства будут вытесняться или поглощаться лидирующими агентствами, которые постепенно расширяют спектр предоставляемых услуг и повышают их качество, что увеличит объемы event-сферы.

Если наблюдать за тенденциями развития event-услуг и устранять возникшие проблемы, тогда эта сфера займет лидирующую позицию в рыночной экономике страны за короткий период.

Таким образом, возникает необходимость рассмотрения понятия "event". Англоязычный термин "event" как категория начал активно использоваться в украинской научной литературе в течение последних десяти лет, и он отражает характер определенного события, который воспринимается индивидуально каждым, кто его воспринимает и переживает. По смысловому значению данный термин имеет ряд трактовок. Например, Р.Ф. Джани, один из руководителей всем известного парка развлечений Уолта Диснея, трактует его так: «Мероприятия – это то, что отличается от обычной жизни» [15, с. 41]. Доктор Дж. Голдблатт уверен, что «мероприятие – это уникальный отрезок времени, проводимый с использованием ритуалов и церемоний для удовлетворения особых потребностей» [13, с. 25]. А. Шумович, член международной ассоциации "ISES", определяет, что «мероприятие – это вид человеческой деятельности, предусматривающий встречу и взаимодействие разных людей, ограниченный по времени и связанный с реализацией общих целей» [14, с. 18]. У. Хальцбаур высказался так: «Я не припомню мероприятия, которое не стало бы событием. Другие я забыл все» [10, с. 21]. Эти слова прекрасно передают связь между определенным мероприятием и событием. Переходя от мероприятий в настоящее событие, они вызывают особые переживания и поднимают уровень получивших эмоций.

Таким образом, "event" (ивент) – развлекательное или рекламно-побудительное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием различных сюжетных ходов, техники, компьютерной графики и т. п. Понятие "event" включает в себя мероприятие, событие и шоу. Это запланированное общественное событие, которое происходит в определенное время и с определенной целью [7, с. 7].

Мероприятия, происходящие в рамках конкретного события, не всегда выгодны организаторам. Часто такие мероприятия высокочрезвычайно затратны, требуют использования ресурсов целой страны. Поэтому такие события можно называть инвестиционными проектами. Любой инвестиционный проект несет риски, поэтому и события могут разочаровать инвесторов. Чтобы мероприятие было эффективным, необходимо качественно подготовиться к нему и использовать впечатления, оставленные после завершения мероприятия.

Многие авторы выделяют огромное количество подходов к классификации мероприятий в event-менеджменте. Каждый ученый основывается на различных факторах и принципах, создавая личное видение сложившейся проблемы. Например, К. Федоров выделяет классификацию мероприятий event-менеджмента по принципу целевой аудитории [9, с. 92]:

– "trade events" – это деловые мероприятия, разработанные для партнеров по бизнесу и клиентов, на которых наглядно демонстрируют, представляют, презентуют товары и услуги, показывают их преимущества, обмениваются опытом, ищут новых партнеров (конференции, презентации, приемы, конгрессы, саммиты, специальные мероприятия на выставках и ярмарках);

– "corporate events" – специальные мероприятия, которые организуются для сотрудников компании; это одна из важных частей корпоративной культуры компании, а также мотивации сотрудников;

– "special events" – специальный комплекс мероприятий, которые положительно влияют на имидж компании или торговой марки, включающие фестивали, вручение премий, концерты, предназначенные для широкой аудитории.

А. Шумович рассматривает классификацию мероприятий event-менеджмента, выделяя виды мероприятий и характеризуя результат для участников и для организаторов [14, с. 114]:

– мероприятия для СМИ (пресс-конференции, пресс-туры);

– выездные мероприятия (презентации, меры по стимулированию сбыта);

– развлекательные мероприятия (корпоративные праздники, внутрикорпоративные праздники для развития командного духа);

– праздничные (банкеты, фуршеты, юбилеи, прием гостей);

– благотворительные мероприятия (благотворительные обеды, концерты, акции по сбору средств);

– массовые мероприятия (городские праздники, фестивали, выставки, концерты);

– спортивные мероприятия (спортивные соревнования).

Event-менеджмент включает изучение особенностей бренда, определение целевой аудитории, разработку концепции события, логистическое планирование и координацию технических аспектов, которые непосредственно влияют на проведение мероприятия. Анализ события, инвестирование в него и возврат вложенных средств, влияние на имидж города являются обязательными элементами событийного менеджмента.

Чтобы мероприятие приводило к нужному результату, необходимо правильно его планировать и реализовывать. Главной составляющей событийного туризма является разработка подходов и методов, организованных в рамках event-менеджмента. Также для event-менеджмента характерны подготовка к проведению события и комплексный подход с учетом суммы вложенных средств, которые должны положительно влиять на территорию, в которой проводится мероприятие. Например, это могут быть крупные спортивные мероприятия, которые дают толчок к развитию и улучшению отраслей экономики целых регионов (Олимпий-

ские игры, чемпионаты мира по популярным видам спорта).

Организаторами событий могут выступать самые разные субъекты, а именно отели (конференции, форумы, конгрессы), органы местного самоуправления (дни города, фестивали, карнавалы, годовщины памятных событий, соревнования, акции), автокомпании (выставка, ярмарка, гонки), общество защиты животных (выставка собак или кошек), Международный олимпийский комитет (Олимпийские игры), благотворительные организации (фестивали, ярмарки, аукционы для сбора средств), неформальные объединения фанатов (например, для музыки «техно» «Лавпарад») [2, с. 19].

Выводы. Итак, можно подытожить, что event-туризм – это особенное, тематическое событие, которому требуется определенная специфика в управлении им, а именно event-менеджмент. Event-менеджмент является необходимым в проведении различных мероприятий, так как он включает их разработку, проведение и управление.

Event-менеджмент в сфере туризма применяется широким кругом субъектов на всех управленческих уровнях, а именно на личностном уровне (туристами); на микроуровне (туроператорами, турагенствами, ивент-агенствами); на мезоуровне (туристическими дестинациями, органами местного самоуправления, ассоциативными структурами); на макроуровне (орга-

нами государственной власти); на глобальном уровне (международными организациями, ТНК).

Значение event-менеджмента стремительно возрастает и характеризуется увеличением заинтересованности потенциальных клиентов, ростом проведенных мероприятий, событиями в маленьких и больших форматах.

Отличительной особенностью event-менеджмента является необходимость разработки полного комплекса мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. Event-менеджмент на основе анализа особенностей участников организации, учитывает все нюансы составления массовых мероприятий, чтобы привлечь максимальное количество туристов в целях развития туристической дестинации. Одними из главных аспектов event-менеджмента являются продвижение туристской отрасли и экономического состояния региона через проводимые мероприятия.

В целом же задача событийного менеджмента заключается в том, чтобы сделать из банального мероприятия настоящее, оригинальное событие, которое будет восприниматься участниками как что-то выдающееся, а также вспоминаться даже после его окончания. С помощью event-менеджмента осуществляются планирование, проведение и управление специальными проводимыми событиями, такими как фестивали, государственные события, спортивные, культурные, корпоративные и другие мероприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Антоненко І. Особливості розвитку та застосування івент-менеджменту в Україні. Сучасний менеджмент і економічний розвиток: реферативний збірник матеріалів постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (1 вересня 2011 року – 29 лютого 2012 року) / відп. за вип. О. Теліженко. № 1. Суми: СумДУ, 2012. С. 5.
2. Донских С.В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие. Минск: РИПО, 2014. 112 с.
3. Карпюк О., Сингаєвська А. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції / за ред. І. Саух. Житомир: вид-во ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39–42.
4. Кнаузе Б. Event-менеджмент і його складові: підручник. Санкт-Петербург: Інфра, 2013. 342 с.
5. Крупський О. Організаційна культура туристичного підприємства як індикатор його інноваційного потенціалу. Бізнес-Інформ. 2014. № 9. С. 200–204.
6. Мартышенко Н. Ивент-маркетинг как инструмент продвижения туристской территории. Сборник научных трудов SWORLD. 2013. Т. 19. № 3. С. 14–17.
7. Радіонова О. Ивент-технології: конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 68 с.
8. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / пер. с англ. Д. Скворцова; под общ. ред. М. Стрижак. Москва: Вершина, 2006. 544 с.
9. Федоров К. Подходы к Event-менеджменту. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 352 с.
10. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; пер. с нем. Т. Фоминой. Москва: Эксмо, 2007. 384 с.
11. Хамидов Т. Ивент и ивент-менеджмент в событийном туризме. URL: https://www.pglu.ru/upload/iblock/1cc/pages-from-chast-11_30.pdf.
12. Шикіна О., Олійник В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 12. С. 460–463.
13. Шумович А. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event management. 3-е изд. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 336 с.
14. Шумович А. Event-менеджмент: підручник. Санкт-Петербург: Інфра, 2011. 267 с.
15. Altman R. Interviews / ed. by D. Sterritt. 256 p.
16. Sardak S., Dzhyndzhoian V., Samoilenko A. Global innovations in tourism. Innovative Marketing. 2016. № 3. P. 45–50. URL: 10.21511/im.12(3).2016.04.

ОСНОВНІ ВИДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

MAIN KINDS AND ORGANIZATIONAL FORMS OF ENTERPRISES IN UKRAINE

Велика О.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,
Харківській національній економічній університет
імені Семена Кузнеця

У статті розглянуто різні підходи до класифікації підприємств в Україні. Запропоновано вдосконалену класифікацію підприємств. На основі аналізу статистичних даних виявлено найбільш поширені види підприємств в Україні. Проведено порівняльний аналіз акціонерних товариств і товариств з обмеженою відповідальністю.

Ключові слова: підприємство, класифікація, мале підприємство, акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю.

В статье рассмотрены различные подходы к классификации предприятий в Украине. Предложена усовершенствованная классификация предприятий. На основе анализа статистических данных выявлены наиболее распространенные виды предприятий в Украине. Проведен сравнительный анализ акционерных обществ и обществ с ограниченной ответственностью.

Ключевые слова: предприятие, классификация, малое предприятие, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью.

The article considers various approaches to the classification of enterprises in Ukraine. An improved classification of enterprises is proposed. Based on the analysis of statistical data, the most common types of enterprises in Ukraine are identified. A comparative analysis of joint-stock companies and limited liability companies was carried out.

Key words: enterprise, classification, small enterprise, joint-stock company, Limited Liability Company.

Постановка проблеми. Для економіки будь-якої країни характерним є існування підприємств різних форм власності та різноманітних організаційних форм господарювання. Основними ознаками підприємства при цьому стають форма власності, правовий статус, галузева приналежність, розмір, а також мета й характер діяльності. Вибір виду та організаційної форми підприємства є одним з відповідальних етапів під час його створення. При цьому засновники керуються власними міркуваннями та уявленнями про майбутню діяльність, насамперед тим, щоби вибрана форма відповідала меті його діяльності, конкретним умовам господарювання, захищала майнові інтереси учасників та враховувала їх фінансові можливості. Тому актуальними є дослідження сучасної класифікації підприємств в Україні, встановлення особливостей підприємств різних видів та форм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Класифікація підприємств регулюється різними законодавчими актами, основним з яких є Господарський кодекс України. Також в роботах з економіки підприємств та підприємництва автори надають свої варіанти класифікацій. Питання

дослідження особливостей та класифікації підприємств розглянуті такими вітчизняними вченими як, зокрема, З.С. Варналій, І.В. Гой, С.В. Мочерний, С.Ф. Покропивний, Т.П. Смелянська.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак класифікації зазначених науковців засновані на вже не чинних нормативних актах або на досвіді зарубіжних країн.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у встановленні сутності та особливостей підприємств різних видів та подальшому розвитку класифікації підприємств з урахуванням сучасних тенденцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади чи органом місцевого самоврядування або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності [1, с. 62]. Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, а також може мати печатки.

Головним нормативним актом, що регулює діяльність підприємств, є Господарський кодекс України [1]. Цей Кодекс визначає види та організаційні форми підприємств, правила їх створення, реєстрації, реорганізації та ліквідації, організаційний механізм здійснення ними підприємницької діяльності. Кодекс також створює рівні правові умови для діяльності підприємств незалежно від форм власності майна та організаційної форми підприємства.

Відповідно до Господарського кодексу [1, с. 62] підприємства можуть займатися комерційною діяльністю (підприємництвом) та некомерційною діяльністю. Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних та соціальних результатів, а також одержання прибутку [1, с. 42]. Некомерційне господарювання – це самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку [1, с. 52].

Відповідно до Цивільного кодексу [2, с. 83–85] юридичні особи можуть створюватися у формі товариств, які поділяються на підприємницькі та непідприємницькі. Непідприємницькими товариствами є такі, які не мають за мету одержання прибутку для його подальшого розподілу між учасниками. Підприємницькі товариства здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та подальшого його розподілу між учасниками, можуть бути створені лише як господарські товариства або як виробничі кооперативи.

Відповідно до Господарського кодексу [1, с. 55] підприємства можуть розподілятися залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік таким чином (табл. 1).

Згідно з даними Державного комітету статистики України [3] у 2016 р. нараховувались 1 865 530 підприємств, з яких 99% склали малі підприємства та мікропідприємства, забезпечуючи зайнятість 47,8% працівників та 24,6% обсягів реалізованої продукції від усіх підприємств у країні.

Залежно від форм власності в Україні можуть діяти такі підприємства [1, с. 63]:

– приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);

– підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);

– комунальне підприємство, що діє на основі основи комунальної власності територіальної громади;

– державне підприємство, що діє на основі державної власності;

– підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності);

– спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами, а саме суб'єктами співробітництва.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють такі підприємства [1, с. 63]:

– унітарні, що створюються одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує статутний капітал, не поділений на частки, затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається засновником, керує підприємством та формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства;

– корпоративні, що утворюються, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням, діють на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників, їх спільного управління справами на основі корпоративних прав, зокрема через органи, що ними створюються, участі засновників у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Станом на 1 січня 2018 р. в Україні діяли 1 235 024 юридичні особи [3]. Найбільша кількість підприємств (576 554) вибрала організаційно-правову форму у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю (майже 47% усієї кількості юридичних осіб). Далі серед комерційних недержавних підприємств йдуть приватні підприємства (16,2%), фермерські господарства (3,6%), кооперативи (2,2%), акціонерні товариства (1,2%).

Таким чином, основним видом існування підприємств в Україні є господарські товариства.

Таблиця 1

Види підприємств за розмірами

Вид підприємства	Середня кількість працівників за календарний рік	Річний дохід від будь-якої діяльності
Мікропідприємства	≤ 10 осіб	≤ 2 млн. євро
Малі підприємства	≤ 50 осіб	≤ 10 млн. євро
Великі підприємства	> 250 осіб	> 50 млн. євро
Середні підприємства	> 50 осіб; ≤ 250 осіб	> 10 млн. євро; ≤ 50 млн. євро

Джерело: згруповано автором за джерелом [1]

Відповідно до джерел [1, с. 80; 2, с. 84, 113–162; 4, с. 1] господарські товариства можуть бути таких видів: акціонерне товариство (АТ), товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство.

Згідно з даними Державного комітету статистики України [3] більшість господарських товариств складають товариства з обмеженою відповідальністю. Їх частка дорівнює 97% усіх господарських товариств. 2,5% займають акціонерні товариства. Частка інших товариств (товариств з додатковою відповідальністю, повних товариств та командитних товариств) незначна та в сумі складає 0,5%. Те, що засновники вибирають для своїх підприємств організаційно-правову форму у вигляді ТОВ або АТ, обумовлене перш за все тим, що ці товариства мають обмежену відповідальність (табл. 2).

Кооперативи відносяться до підприємств колективної власності [1, с. 93]. Кооперативи як добровільні об'єднання громадян з метою спільного вирішення ними економічних, соціально-побутових та інших питань можуть ство-

рюватися в різних галузях (виробничі, споживчі, житлові тощо). На 1 січня 2018 р. в Україні нараховувалось 26 975 кооперативів. З них 18 654 (або 69,2%) є обслуговуючими кооперативами, 2 248 (або 8,3%) – виробничими [3].

Підприємства можуть існувати також у вигляді об'єднань. Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватися як господарські об'єднання, так і державні чи комунальні господарські об'єднання [1, с. 119–120]. Господарські об'єднання можуть утворюватися як асоціація, корпорація, консорціум або концерн. На 1 січня 2018 р. в Україні нараховувались 3 199 об'єднань підприємств. З них 2 376 (або 74,3%) асоціацій, 558 (або 17,4%) корпорацій, 74 (або 2,3%) консорціуми, 191 (або 6,0%) концерн [3].

Державні та комунальні господарські об'єднання утворюються переважно у формі корпорації або концерну незалежно від найменування об'єднання (комбінат, трест тощо).

Таким чином, пропонується розглядати класифікацію підприємств таким чином (табл. 3).

Залежно від виду діяльності, розміру та організаційної форми підприємства воно буде вибу-

Таблиця 2

Порівняння акціонерних товариств та товариств з обмеженою відповідальністю

Ознака	Акціонерні товариства	Товариство з обмеженою відповідальністю
Відповідальність	Обмежена (в межах вартості акцій)	Обмежена (в межах внеску)
Юридична форма	Об'єднання капіталів	Об'єднання осіб
Спосіб поділу статутного капіталу	Акції рівної номінальної вартості	Рівні або різні частки, розмір яких визначається статутом
Обов'язковий мінімальний розмір статутного капіталу	1 250 розмірів мінімальної заробітної плати	Не встановлений
Кількість учасників	Без обмежень	До 100 (планується зняти це обмеження)
Засновницькі документи	Установчий договір, статут	Установчий договір, статут; можливість використання модельного статуту
Система управління	Загальні збори акціонерів, наглядова рада, правління	Загальні збори учасників, дирекція
Вплив на управління	1 акція = 1 голос (за винятком кумулятивного голосування)	1 учасник = 1 голос, якщо інше не встановлено установчими документами [1]; кількість голосів пропорційна розміру часток у статутному фонді [4]
Прийняття рішень	Влада більшості	Влада більшості
Вплив органів управління	Права окремих учасників визначені заздалегідь та не підлягають змінам	Можливість надання додаткових прав окремим учасникам
Процедура зміни власників	Більш проста, ніж у ТОВ	Більш складна, ніж у АТ
Продаж часток/акцій	Через внесення змін до реєстру акціонерів	Через нотаріуса зі внесенням змін у реєструючому органі
Розподіл доходів	Пропорційно кількості акцій	Пропорційно розміру внесків
Фінансові можливості	Більше, ніж у ТОВ	Менше, ніж у АТ
Зобов'язання щодо розкриття інформації	Є	Не має

Джерело: складено автором на основі джерел [1; 4–6]

Таблиця 3

Класифікація підприємств в Україні

Класифікаційна ознака	Види підприємств
Мета й характер діяльності	Комерційне підприємство; некомерційне підприємство
Розмір	Мікропідприємство; мале підприємство; середнє підприємство; велике підприємство
Форма власності	Приватне підприємство; колективне підприємство; комунальне підприємство; державне підприємство (зокрема, казенне); змішане підприємство; спільне комунальне підприємство
Належність капіталу	Національне підприємство; підприємство з іноземними інвестиціями; іноземне підприємство
Спосіб утворення (заснування) та формування статутного капіталу	Унітарне підприємство; корпоративне підприємство
Вид статуту	Підприємство, що працює з використанням модельного статуту; підприємство, що працює з традиційним паперовим статутом, затвердженим учасниками
Вид діяльності	Виробниче підприємство; науково-дослідне підприємство; торговельне підприємство тощо
Організаційно-правова форма	Одноосібне володіння; кооператив; господарське товариство
Ступінь відповідальності	Акціонерне товариство (публічне акціонерне товариство, приватне акціонерне товариство); товариство з обмеженою відповідальністю; товариство з додатковою відповідальністю; повне товариство; командитне товариство
Характер об'єднання підприємств	Асоціація; корпорація; консорціум; концерн
Ступень залежності від іншого підприємства	Головне; дочірнє

Джерело: складено автором на основі джерел [1–7]

довувати свою організаційну структуру управління, яка є засобом сприяння досягненню менеджерами своїх цілей.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу встановити основні види та організаційні форми підприємств в Україні. Вони поділяються за багатьма ознаками та надають власникам підприємства широке коло для вибору. Аналіз статистичних даних показав, що найпоширенішими в Україні за розмірами є малі підприємства, а за організаційно-правовою формою – господарські товариства.

Універсальної форми підприємств, яка би підходила до будь-яких реальних умов господарювання, не існує. Кожний вид та організаційна форма підприємства повинні вибиратися з урахуванням сукупності конкретних умов та оцінювання потенційних можливостей підприємства. Будь-який вид та організаційні форми підприємства мають свої особливості, які обумовлюють їх переваги та недоліки порівняно з іншими. Тому необхідно відповідально підходити до вибору виду та організаційної форми підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Цивільний Кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Про господарські товариства: Закон України від 1 вересня 1991 р. № 1576-XII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.
5. Про акціонерні товариства: Закон України від 17 вересня 2008 р. № 514-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
6. Гринюк Н.А. Корпоративні підприємства: сутність та особливості. Молодий вчений. 2017. № 3 (43). Березень. С. 626–629. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/3/145.pdf>.
7. Гой І.В., Смелянська Т.П. Підприємництво: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 368 с.

ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА СУЧАСНОГО КАДРОВОГО ДІЛОВОДСТВА В УКРАЇНІ

HISTORICAL RETROSPECTIVE OF MODERN HR WORKFLOW IN UKRAINE

Волянська-Савчук Л.В.

кандидат економічних наук,
старший викладач

кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет

Мендограло Д.В.

студент,
Хмельницький національний університет

Модіна Д.В.

студентка,
Хмельницький національний університет

У статті розглянуто історію дослідження та виникнення кадрового діловодства. Виділено найбільш вагомі етапи розвитку кадрового діловодства на теренах України. Виявлено, розглянуто питання призначення історії та встановлення кадрової служби в сучасному діловодстві. Розглянуто обов'язкові етапи розвитку кадрових служб України. Визначено вагомість використання на підприємствах кадрових служб.

Ключові слова: документ, діловодство, етапи розвитку діловодства, історія кадрового діловодства, кадрові служби.

В статье рассмотрена история исследования и возникновения кадрового делопроизводства. Выделены наиболее значимые этапы развития кадрового делопроизводства на территории Украины. Выявлены, рассмотрены вопросы назначения истории и установления кадровой службы в современном делопроизводстве. Рассмотрены обязательные этапы развития кадровых служб Украины. Определена значимость использования на предприятиях кадровых служб.

Ключевые слова: документ, делопроизводство, этапы развития делопроизводства, история кадрового делопроизводства, кадровые службы.

The article deals with the history of research and the emergence of personnel recruitment. The most important stages of human resource development in Ukraine are highlighted. The appointment of history and the establishment of a recruitment service in modern office work have been identified and considered. The mandatory stages of the development of personnel services of Ukraine are considered. The importance of using the personnel services in enterprises is determined.

Key words: document, case management, stages of case management development, history of personnel records management, personnel services.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивчаючи історію діловодства, зазначаємо, що наукові дослідження, спрямовані на розгляд періодів її становлення та розвитку незначні. Важливий внесок у дослідження цієї теми зробили М.Л. Магницький, В.М. Вельдбрехт, М.В. Варадінов, праці яких присвячені розгляду та аналізу організації процесів роботи з документами та способів документування управлінської інформації протягом історичних періодів.

Дослідженням виникнення деяких документів (історії створення), навичок їх практичного ство-

рення займався російський вчений К.Г. Мітяєв. Він запропонував гіпотезу, щодо розвитку історії діловодства, що поглиблювалась та розширювалась пізніше іншими науковцями. Серед науковців, які продовжили справу К.Г. Мітяєва, слід назвати Я.З. Лівшиця та В.А. Цикуліна, в роботах яких діловодство розглядається як складова частина управлінської діяльності. Значний внесок у дослідження історії діловодства, його нормативно-правового регулювання в радянський період зробили також російські науковці М.П. Ілюшенко, Г.М. Бондирева та інші вчені.

Серед сучасних авторів, що у своїх працях торкаються питань історії діловодства, варто назвати М.І. Басакова, В.А. Кудряєва, Т.В. Кузнецову, Л.В. Санкіну, Т.О. Бикову, В.А. Співака, Є.О. Плешкевича.

Нині в Україні комплексних наукових досліджень з історії діловодства та його нормативно-правового забезпечення з найдавніших часів до сучасності не існує. Окремі праці або торкаються окремих відрізків часу, або базуються на матеріалах російських науковців, повністю чи майже повністю дотримуючись як періодизації, так і змісту історії діловодства.

До українських науковців, що сприяють вивченню історичного досвіду діловодства та регулювання відносин у цій сфері діяльності, можна віднести С.Г. Кулешова, В.В. Бездрабко, О.М. Загорецьку, О.В. Лозу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість зазначених наукових розвідок українських та російських вчених характеризується побіжним висвітленням історії діловодства в одній країні стосовно конкретних історичних проміжків часу, при цьому багато авторів дотримуються єдиної періодизації, виділяючи п'ять історичних періодів.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження історичного розвитку сучасного кадрового діловодства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впродовж багатьох століть твориться історія кадрових служб, тобто підрозділів, які займаються обліком та комплектуванням персоналу.

Передумови виникнення діловодства пов'язують зі створенням перших управлінських документів, що функціонували в Київській Русі, а саме договорів київських князів з греками 907, 911, 944, 971 років, різноманітних грамот, а також збірки світських законів «Руська правда» XI ст.

Виділяють умовно такі основні етапи розвитку діловодства, як актове та приказне діловодство; колезьке діловодство; виконавче діловодство; радянське діловодство; сучасне діловодство (рис. 1).

Перший етап, а саме етап актового й приказного діловодства, об'єднує два основні періоди його розвитку. Етап актового діловодства пов'язують з поширенням актових книг у XIII ст., що фіксували результати судової діяльності. Саме суди були установами, що надавали документу юридичної чинності. Залежно від справи, що розглядалася судом, актові книги поділялися на секретні (ті, що фіксували кримінальні й громадянські справи); записні (ті, що містили особистісно-правові документи, а саме дарчі, купчі, боргові, контрактні документи, привілеї); поточні (ті, що фіксували заяви, скарги, свідчення, повідомлення різноманітного характеру). Акти фіксувалися в чернетках і чистовиках, тобто здійснювався подвійний запис документів. У цей період здійснювався контроль запису документів, про що свідчать численні маргіналії, тобто помітки на берегах документів; уведено систему пошуку й упорядкування документів на основі повторення останнього слова на наступній сторінці, а також дотримувалася канцеляр-

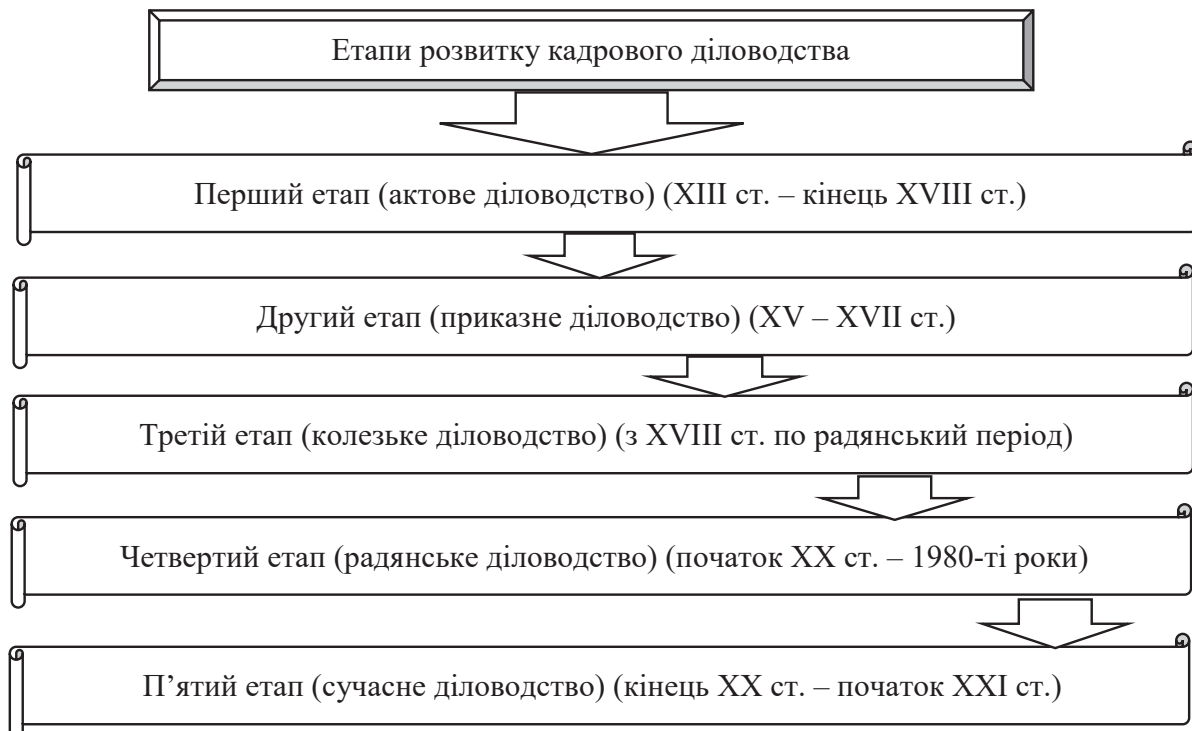


Рис. 1. Етапи розвитку кадрового діловодства

ський стиль викладу матеріалу в документах згідно з Уставом 1566 року. Актове діловодство існувало на території Правобережної України до кінця XVIII ст. [1, с. 10].

Другий етап, а саме етап приказного діловодства (XV–XVII ст.), виник завдяки складанню наказів як установ і документів, а також характеризується такими рисами:

1) документи функціонували у формі сувої як стовпці, тобто текст розташовувався на смугах паперу шириною 15–17 сантиметрів; на зворотному боці документа фіксувалися адреса, резолюції, помітки;

2) процес діловодства здійснювався у такій послідовності: на вхідному документі ставилась дата отримання; здійснювався підготовка до докладу; документ обговорювався; складався документ-відповідь;

3) документ засвідчувався підписом дяка на склейках документа; автором документа вважалась людина, що виконувала записи тексту;

4) документи систематизувалися за певними ознаками;

5) документи функціонували в таких видах, як накази царя, приречення боярської думи, указні книги; формою звертання до державних установ були чолобитні;

6) функціонував архів, документи зберігалися в наказових хатах;

7) з'явилися особливі форми документів-книг: для грошових операцій використовувалися прибутково-видаткові; для обліку мит – митні; для обліку врожаю – умолотні тощо;

8) в документах перераховувалися титули, звання, повноваження;

9) розрізнялися тексти лицьового та зворотного боків;

10) діловодство не регулювалося законодавством, а розвивалося на основі канцелярських традицій; у цей період продовжували функціонувати актові книги (XIII ст. – кінець XVIII ст.).

Третій етап, а саме етап колезького діловодства (з XVIII ст.), пов'язують з Петровськими реформами. Характерними ознаками діловодства цього етапу є такі:

1) уведення Петром I 1699 року гербового паперу; заміна стовпців зошитами 1700 року; офіційне оформлення система документування та діловодства колегії (виникнення колезького діловодства завдяки прийняттю 1720 року «Генерального регламенту»);

2) упорядкування системи реєстрації, введення журналів для реєстрації вихідних і вхідних документів; розроблення системи довідкового апарату, тобто настільного реєстру, обов'язковими елементами документів є дата й номер;

3) закладення основ обліку й зберігання документів; утворення архівів, колегій; групування документів у справах за змістом, географічною ознакою;

4) функціонування документів у вигляді листів, доносів, прохань тощо; уведення письмового порядку створення угод у XVIII ст.;

5) оформлення деяких документів за генеральними формулярами;

6) складання найважливіших документів секретарем.

Характерними ознаками виконавчого діловодства є такі:

– розроблення системи ведення діловодства та звітності М. Сперанським у «Загальній установі міністерств» 1811 р.;

– функціонування документів у вигляді доносів, рапортів, рескриптів, циркулярів;

– застосування бланків з кутовими штампами, що містять дані про організацію;

– регламентування порядку проходження документів по інстанціях;

– складання документів (складних) за змістом із трьох частин, таких як вступ (виклад справи); обґрунтування з посиланнями на законодавство; заключна частина з висновками, пропозиціями;

– поділ справ на три категорії, такі як невідкладні, термінові, поточні.

Четвертий етап, а саме радянський етап розвитку діловодства, характеризується такими ознаками:

1) удосконалення діловодства, обліку, сформованих ЦСУ;

2) упровадження принципів наукової організації праці в систему діловодства;

3) створення систем стандартів з документації, єдиної державної системи документації (ЄДСД), загальносоюзних класифікаторів, уніфікованих систем документації, спеціальних систем документації;

4) створення Головного архівного управління при Раді Міністрів СРСР, що контролювало документаційну частину діловодства установ;

5) розроблення Державної системи документаційного забезпечення управління.

Незважаючи на певні негативні тенденції наприкінці 1980-х років в організації діловодства в СРСР (відсутність наукових центрів з дослідження проблем діловодства в республіках, проблеми щодо підготовки кадрів, відставання радянської системи діловодства порівняно із західною у застосуванні нових інформаційних технологій, відсутність умов впровадження Державної системи документаційного забезпечення управління в республіках тощо), здобутки у сфері діловодства стали важливою основою для формування вітчизняного діловодства [1, с. 12].

Вирішення проблем управління документацією у сучасний період розвитку діловодства в розвинутих країнах характеризується поступовим переходом до закріплення інформації на електронних носіях інформації, що пов'язане з автоматизацією діловодства, яке розвивалось

протягом 1960–1980-х років разом з еволюцією електронно-обчислювальної техніки. Внаслідок цього виникли інтегровані діалогові автоматизовані системи документального забезпечення управління, які постійно вдосконалюються. Але це не означає, що паперові документи зникнуть у майбутньому. Наприклад, у США рекомендується зберігати на невизначений строк паперовий документ на одному рівні з машинним носієм. На сучасному ринку систем автоматизації діловодства та електронного документообігу з'явилися комплексні рішення, які повністю враховують специфіку ведення вітчизняного діловодства, а саме мову, традиції побудови й організації, нормативні вимоги, можливість адаптації й технологію автоматизації, серед яких є такі, як «Док-Проф», «InterDoc», «eDocLib 2.0», «Діло», «Атлас ДОК», «ЄВФРАТ-Документообіг» [1, с. 13].

П'ятий етап, а саме сучасний етап розвитку діловодства, умовно розпочався в кінці ХХ ст. і триває досі. Він характеризується великою кількістю новітніх електронних редакторів та програм для ведення електронного діловодства.

Історично також склалися три основні організаційні форми здійснення кадрової роботи на будь-якому підприємстві:

- самостійний структурний підрозділ з безпосереднім підпорядкуванням керівнику підприємства або його заступнику;
- виконання функцій кадрової служби окремим співробітником підприємства;
- виконання функцій кадрової служби співробітником, основні обов'язки якого не збіга-

ються з покладеними завданнями з кадрової роботи [2].

На сучасному етапі розвитку кадрового діловодства менеджери в середньому витрачають від 50% до 90% свого робочого часу на комунікації, процеси, пов'язані з опрацюванням інформації. Діловодство впорядковує роботу з документами, носіями інформації на підприємстві, забезпечуючи економію ресурсів управлінської ланки.

Висновки. Сучасне діловодство – система життєвою важливих дій організації, пов'язаних перш за все з діловою документацією, яка необхідна для функціонування сучасних закладів різних форм власності та засобів, які забезпечують її надійність в різних формах ділового спілкування, що мають документальне відображення.

Документи здебільшого є вагомим та незаперечним аргументом під час вирішення суперечок між діловими партнерами. Вони є засобом підтвердження правомірності дій керівників з юридичної точки зору.

Діловиробничий процес передбачає не тільки правильне оформлення та функціонування документів, але й наявність знань з організації окремих ділянок роботи, що повинні документуватися, а саме організації ділових масових заходів, що сприяють розвитку та вдосконаленню діловиробничого потенціалу установи.

Багато документів, які доводиться показувати представникам державних структур, котрі ревізують діяльність організацій, повинні бути оформлені належним чином з усвідомленням всієї відповідальності, викладеної в ділових паперах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карпенко О.О., Матліна М.М. Сучасне діловодство: навч. посіб. Харків: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2009. 75 с.
2. Андрєєва В.І. Діловодство в кадровій службі: практ. посібник. Москва: ЗАТ Бізнес-школа «Інтел-синтез», 2002. 193 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЯК РЕЗУЛЬТАТУ НТП

FEATURES OF MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF INFORMATICS AS RESULT OF STP

Грузіна І.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та бізнесу,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Одним з найсуттєвіших досягнень НТП на сучасному етапі є інформатизація світового простору. Інформаційні технології стають основою стратегічного розвитку більшості країн, принципи вільного поширення телекомунікацій знаходять своє відображення у стратегічних рішеннях безлічі підприємств. З огляду на це у статті розглянуто сутність та зміст основних понять інформатизації як результату науково-технічного прогресу, досліджено вплив інформаційних процесів на соціальний та економічний розвиток суспільства, особливості управління та функціонування підприємств на етапі інтенсивного розвитку інформаційного середовища

Ключові слова: управління, науково-технічний прогрес, інформатизація, інформаційний процес, інформаційна технологія, інформаційне середовище.

Одним из важнейших достижений НТП на современном этапе является информатизация мирового пространства. Информационные технологии становятся основой стратегического развития большинства стран, принципы свободного распространения телекоммуникаций находят свое отражение в стратегических решениях множества предприятий. С учетом этого в статье рассмотрены сущность и содержание основных понятий информатизации как результата научно-технического прогресса, исследовано влияние информационных процессов на социальное и экономическое развитие общества, особенности управления и функционирования предприятий на этапе интенсивного развития информационной среды.

Ключевые слова: управление, научно-технический прогресс, информатизация, информационный процесс, информационная технология, информационная среда.

One of the most important achievements of STP at the present stage is informatization of the world space. Information technologies become the basis for the strategic development of most countries; the principles of free distribution of telecommunications are reflected in the strategic decisions of many enterprises. Considering this, the essence and content of the basic concepts of informatization as a result of STP are considered in the article, the influence of information processes on the social and economic development of society, the features of management and functioning of enterprises at the stage of intensive development of the information environment are investigated.

Key words: management, scientific and technical progress, informatization, information process, information technology, information environment.

Постановка проблеми. Складний та різноманітний світ бізнесу нараховує сьогодні безліч підприємств, що відрізняються за формою власності, масштабами діяльності, пропонованими товарами та послугами. Деякі з них досягають успіху, утримуючи впродовж тривалого періоду міцні лідируючі позиції на ринку, інші досить швидко припиняють своє існування. Усі ці підприємства, що становлять основу управлінського світу та є однією з передумов існування менеджменту, мають спільні риси, що виявляються у використанні конкретних ресурсів, функціонуванні у певному зовнішньому середовищі, створенні ідентичної продукції або послуг з

метою задоволення потреб суспільства. Однак, незважаючи на це, усі вони можуть мати абсолютно різне призначення, внутрішню побудову та інші параметри, що є вкрай важливим під час їхнього дослідження як об'єкта управління.

Управління підприємством є необхідним для отримання найкращих результатів та досягнення встановленої мети, а особливо у сучасних умовах жорсткої конкуренції та нестабільного зовнішнього середовища, що суттєво ускладнює цей процес. Здатність утримувати власні позиції у зазначеній ситуації та подолати безліч супутніх проблем вимагає від керівників справжньої управлінської майстерності, адже цінними

стають знання основних законів управління та володіння управлінськими технологіями для забезпечення високоякісного управління. Введення стандартів, за якими має діяти система, є вкрай неефективним інструментом у вирішенні цього завдання, адже одним з найважливіших принципів управління сучасним підприємством є його унікальність. Лише виважене та продумане управління має можливість привести підприємство до лідируючих позицій на ринку, що є обов'язковою складовою його економічного успіху [1, с. 30; 2, с. 17].

Застосування традиційної моделі управління підприємством сьогодні є недоцільним, що науковці найчастіше пов'язують зі зміною соціально-економічної ролі підприємства, обумовленою системною кризою в країні, зміною положення підприємств у сфері відносин власності, низькою ефективністю діяльності їх більшості, відсутністю дієспроможних власників та багатьма іншими чинниками. Сучасні підприємства змушені діяти в умовах високого рівня невизначеності, нестабільності та нестаціонарності процесів, характерних для вітчизняної економіки, доповнених специфічними рисами та особливостями, що вимагає пошуку нової адаптивної моделі управління, яка передбачає підвищення рівня управління шляхом розроблення та використання нових управлінських методів. Це потребує відповідної бази напрацювань у сфері управління підприємством та науково-прикладних досліджень, спрямованих на вирішення широкого кола проблем, що може стати певним внеском у розвиток складних, неоднозначних та недопрацьованих питань вдосконалення управління українськими підприємствами.

Науково-технічний прогрес (НТП) робить величезний внесок у зміну стиля мислення [3, с. 82], є базисом та одночасно виразом усіх глобальних змін [4, с. 60]. Інтенсифікація інформаційних процесів як найсуттєвіша особливість НТП, впливаючи на національну економіку, змінює місце України у світовому господарстві, робить необхідним сприйняття міжнародного досвіду організації науково-технічного розвитку [4, с. 18; 5, с. 73].

Одним із досягнень НТП є інформатизація світового простору. У будь-якій галузі відстежується чітка залежність між результатами функціонування підприємств та їх вільним доступом до інформації, можливостями налагодження ефективного електронного обміну даними. Інформаційні технології стають основою стратегічного розвитку країн, принципи вільного поширення телекомунікацій відображуються у стратегічних управлінських рішеннях сучасних підприємств.

Досліджуючи особливості НТП, неможливо не відзначити стрімке зростання ролі та значення інформації, що стає однією з найважливіших виробничих сил, головним продуктом виробничих процесів, значно підвищуючи їхню ефективність. Нова роль науки, знань та інформації при-

скорила перехід до нової інформаційної епохи, серцевину якої склали виробництво та використання інформації, розширення інформаційного обслуговування, побудова інформаційної інфраструктури. Ці явища є ознаками інформатизації як наслідку розвитку НТ потенціалу людства. Однак, отримуючи незаперечні блага, враховуємо трансформовані проблеми суспільства та економіки. Тобто можна сказати, що інформатизація неоднозначно впливає на політичне та соціально-економічне життя суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Наукова література [5, с. 80; 6, с. 112; 7, с. 78] висвітлює результати досліджень впливу інформатизації на управління підприємствами, однак недостовірність деяких джерел інформації породжує недосконалість та різночитання у визначенні основних понять та термінів інформатизації, що ускладнює організацію найважливіших управлінських процесів та знижує рівень науково-технічного та економічного розвитку підприємств і країни загалом.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз, уточнення та доповнення категоріального апарату інформатизації задля вдосконалення теоретико-методологічного підґрунтя управління у суспільстві та економіці відповідно до вимог сучасного українського ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Склад категоріального базису інформатизації суттєво варіюється в різних роботах [5, с. 44; 6, с. 114], значні відмінності спостерігаються у визначеннях термінів. Перелік основних понять інформатизації та погляд автора на їх сутність та зміст, сформований внаслідок теоретичного дослідження робіт провідних науковців, наведено в табл. 1.

Інформатизація суспільства є природною закономірністю сучасного соціального прогресу. До недавнього часу більш поширеним було поняття «комп'ютеризація суспільства». Ці поняття близькі, але не тотожні. За умов комп'ютеризації суспільства основними завданнями є розвиток та впровадження технічної бази комп'ютерів, підвищення оперативності пошуку, накопичення, переробка інформації та її ефективного споживання. Завданням інформатизації є формування комплексу заходів, що забезпечували б найповніше використання достовірного, вичерпного та своєчасного знання в усіх видах людської діяльності.

Знання властивостей інформаційних потреб є необхідним для правильної організації інформаційного обслуговування користувачів. Потреба об'єктивної інформації виникає за необхідності підвищення рівня інформованості користувача щодо вирішення актуальної управлінської задачі, а також дає йому змогу швидко й чітко сформулювати інформаційний запит на підставі усвідомленого уявлення майбутніх дій.

Категоріальний базис інформатизації

№	Поняття та терміни інформатизації, джерела дослідження	Сутність понять та термінів
1	Інформатизація суспільства [3, с. 25; 6, с. 15; 8, с. 28; 9, с. 24]	Процес формування оптимальних умов виробництва й використання інформаційних ресурсів з метою задоволення актуальних інформаційних потреб суспільства за допомогою прогресивних інформаційних технологій та інструментів.
2	Процес інформатизації [5, с. 18; 10, с. 80; 11, с. 92]	Процес виробництва, зберігання, ефективного використання інформаційних ресурсів з метою задоволення актуальних інформаційних потреб суспільства та вирішення складних виробничих завдань.
3	Комп'ютеризація суспільства [5, с. 28; 6, с. 48; 10, с. 56]	Процес оснащення підприємств та установ обчислювальною технікою за одночасного підвищення освітнього рівня населення у сфері їхнього раціонального використання.
4	Інформаційна потреба [8, с. 80; 10, с. 114]	Усвідомлена потреба оперативної, релевантної, достовірної інформації, що виникає за необхідності вирішення актуальної задачі науково-практичної діяльності та сприяє формулюванню чіткого інформаційного запиту.
5	Інформаційна криза (вибух) [3, с. 12; 4, с. 21; 8, с. 90]	Явище, що характеризується перевагою потоку інформації над обмеженими людськими можливостями щодо її сприйняття та переробки; великими обсягами некорисної інформації, що ускладнює сприйняття необхідної користувачу інформації; виникненням перешкод економічного, політичного та іншого характеру, що стримує процес поширення інформації.
6	Інформаційна війна (боротьба) [9, с. 58]	Процес використання інформаційних систем та технологій з метою здійснення явного чи прихованого інформаційного впливу державних систем для отримання політичних або матеріальних переваг.
7	Інформаційне суспільство [3, с. 82; 4, с. 95; 6, с. 69; 9, с. 60]	Суспільство, де головною силою розвитку є виробництво та ефективне споживання інформаційного продукту, що приведе до підвищення частки розумової праці та значного прискорення прийняття оптимальних управлінських рішень.
8	Інформаційна культура [4, с. 17]	Володіння конкретними навичками використання комп'ютерної інформаційної технології, технічних пристроїв, уміння вилучати інформацію з різноманітних джерел, аналітично її переробляти та ефективно працювати з нею, що підвищує оперативність та результативність господарської діяльності.
9	Інформатизація економіки [6, с. 70]	Процес становлення та розвитку інформаційного бізнесу, що передбачає виробництво специфічного економічного блага, а саме інформаційних продуктів та послуг, систем та технологій, їхнє залучення в економічний обіг та формування на підставі цього особливого виду ринку, а саме інформаційного.
10	Інформаційна економіка [4, с. 28; 6, с. 32; 7, с. 29]	Економіка, де всі операції (спільна праця, торгівля, обмін ідеями, ноу-хау) здійснюються за допомогою мережевих структур з використанням прогресивних інформаційних технологій та інструментів.
11	Інформаційний ринок [5, с. 55]	Система економічних взаємовідносин, що виникають щодо купівлі, продажу та обміну інформаційних продуктів або надання інформаційних послуг.
12	Інформаційний продукт [8, с. 38; 10, с. 42; 8, с. 89]	Матеріалізований результат інтелектуальної діяльності, вироблений з урахуванням параметрів зовнішніх запитів з метою найповнішого задоволення наявної інформаційної потреби.
13	Інформаційна послуга [8, с. 45]	Послуги щодо забезпечення користувачів інформаційними продуктами, необхідними для вирішення конкретного виробничого завдання або розв'язання проблемної ситуації.
14	Інформологія [3, с. 46; 6, с. 64; 8, с. 21]	Сукупність синтаксичних, семантичних та прагматичних теорій, що за ступенем розвитку формували уявлення суспільства про природу та зміст інформації, її роль у процесі управління кібернетичними системами.
15	Інформація [3, с. 14; 8, с. 45; 10, с. 78; 11, с. 84; 12, с. 92]	Специфічний вид ресурсу, що може вироблятися як на підприємстві, так і в межах його зовнішнього оточення, споживається в процесі інтелектуальної діяльності персоналу та дає змогу у швидкозмінних умовах функціонування вибирати та впроваджувати у виробництво найефективніші проекти для забезпечення максимальної економії матеріальних ресурсів і високих результатів діяльності.

Закінчення таблиці 1

16	Інформаційні ресурси (електронні інформаційні ресурси) [5, с. 16; 6, с. 28; 8, с. 47; 10, с. 74]	Продуктом інтелектуальної діяльності людини є знання, що зберігаються у фондах, архівах, базах, а за допомогою сучасних інформаційних технологій та інструментів можуть бути оперативно вилучені в разі виникнення необхідності вирішення актуальної соціально-економічної проблеми.
17	Інформаційна технологія [5, с. 56; 11, с. 64; 12, с. 45]	Комплекс інструментів створення, зберігання та оброблення даних для отримання повної, достовірної та релевантної інформації, ефективного управління нею та використання у процесі прийняття раціональних управлінських рішень.
18	Інформаційна інфраструктура (інфраструктура ІТ) [4, с. 89; 13, с. 100]	Комплекс технічних засобів, інформаційних технологій, програмного забезпечення та засобів комунікації, що за допомогою інтелектуальних здібностей людини забезпечують отримання необхідних інформаційних ресурсів.
19	Інформаційне середовище підприємства [6, с. 50; 8, с. 51]	Середовище, де за допомогою прогресивних технічних та програмних засобів зберігається, обробляється та ефективно використовується достовірна та корисна інформація.
20	Інформаційний потенціал підприємства [8, с. 12]	Готовність та спроможність здійснювати ефективну діяльність в умовах інформаційної економіки завдяки накопиченим інформаційним ресурсам, наявній інформаційній техніці та технологіям, здатності створювати та використовувати різноманітні форми інформації в процесі обґрунтування та прийняття управлінських рішень.
21	Інформаційна індустрія [8, с. 20]	Комплекс підприємств, основними видами діяльності яких є формування інформаційних ресурсів, створення та підтримка в актуальному стані засобів обробки та копіювання інформації, засобів зв'язку. Основним критерієм, що дає змогу віднести підприємство до інформаційної індустрії, є превалювання (за вартістю) в діяльності інформаційних послуг.
22	Інформаційний менеджмент [7, с. 82; 13, с. 58]	Специфічна галузь менеджменту, спрямована на вирішення завдань управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства через організацію ефективного інформаційного забезпечення управлінських функцій та комплексного використання внутрішніх і зовнішніх інформаційних ресурсів.
23	Інформаційна система [10–12]	Сукупність елементів, спрямованих на виробництво інформаційного ресурсу, використання якого забезпечує процеси управління виробництвом в усіх галузях економіки.

Процес інформатизації суспільства породжує певні проблеми. Окрім загрози руйнування інформаційними технологіями приватного життя людей та організацій, проблем низького рівня інформаційної культури населення, загрози масового безробіття внаслідок скорочення кількості робочих місць, серед основних виділяють проблему зростання потоків інформації та обсягів знань, а також стрімкого скорочення часу подвоєння обсягів накопичуваних знань. Це явище часто називають інформаційним вибухом (більш точним терміном є «інформаційна криза»), що виникає в наукових дослідженнях, технічних розробках, суспільному житті.

Актуальною є проблема, що виникає внаслідок інтенсивної праці мас-медіа, відома під назвою «інформаційна війна», для запобігання якої необхідне створення системи інформаційно-психологічного забезпечення як складової національної безпеки, що дасть змогу забезпечити захист населення країни від негативного інформаційно-психологічного впливу.

Появу терміна «постіндустріальне суспільство» («інформаційне суспільство») пов'язують з працями американського соціолога Д. Белла [9, с. 43]. Інформаційне суспільство характери-

зується широким розмаїттям складних послуг за високої частки наукового та інформаційного забезпечення, воно визначається як суспільство, в якому інформація використовується як економічний ресурс; стає предметом масового споживання в населення; відбувається формування інформаційного сектору економіки [6, с. 34].

Процес інформатизації суспільства обумовив нову ситуацію і в економіці, а саме змінюється характер взаємодії фізичних осіб та організацій, трансформуються ціннісні орієнтації людей, система управління, методи прийняття рішень. Тобто змінились економічні умови, економічне мислення, інституціональне середовище, що обумовило формування нового підходу до вирішення життєвих задач та проблем стійкого розвитку економічних систем. Це привело до появи поняття «інформатизація економіки», що є інноваційним процесом, який має унікальні характеристики [7, с. 82; 12, с. 38].

Функціонування ринку інформаційних продуктів та послуг (ІПП) дає змогу визначити суспільно-економічні потреби, необхідний рівень техніко-технологічного оснащення продуктивних сил, рівень інформаційної культури населення, тенденції розвитку економіки. Поняття

«інформаційний ринок» сформувалося з появою ринкових відносин та набуття ІПП статусу товару. Усвідомлення сутності поняття є важливим для правильного розуміння його структури, інфраструктури, об'єктів, суб'єктів, умов ефективного функціонування, що є підґрунтям оптимізації діяльності підприємств, планування їхньої стратегії та тактики.

Межі між поняттями «інформаційний продукт» та «інформаційна послуга» є досить умовними, що породжує гострі дискусії серед науковців щодо формування чіткого уявлення про їхню сутність та зміст. Інформаційні послуги часто розглядаються виключно як отримання та надання в розпорядження користувача інформаційних продуктів, хоча це поняття є ширшим. Інформаційні послуги є результатом інформаційної індустрії, який може мати як матеріальну, так і нематеріальну форми.

Сьогодні могутність економічно розвинутих країн визначається не лише рівнем розвитку воєнного та економічного потенціалу, але й міцним інформаційним підґрунтям та наявним комплексом аналітико-обчислювальних засобів [2, с. 40]. Отже, цілком природним стало формування нового типу економіки, а саме інформаційної, як пріоритетного стратегічного напрямку політики розвинутих країн.

Кількість інформації у промисловості, управлінні, науці останніми роками постійно збільшується, вона перетворюється на базовий чинник суспільного виробництва [5, с. 100]. Поняття інформації називають однією з найбільш вживаних категорій сучасної науки. Однак не вся вона є корисною для суспільства, а лише та, що адекватно відображує дійсність, сприяє інтенсифікації галузей людської діяльності та вирішенню проблем з метою підвищення їх ефективності. Дослідження сутності та змісту поняття «інформація» призвело до появи теорій інформації, що висвітлюють окремі грані певної системи знань, яку вчені розглядають як загальну теорію інформації, а саме як інформологію – науку про процеси та завдання передання, розподілу, обробки та перетворення інформації.

Суттєвий вплив рівня розвитку та ефективності використання засобів збору, переробки та передання інформації на результативність функціонування сучасних підприємств сприяв появі поняття «інформаційні ресурси» [10, с. 25], які входять до складу основних ресурсів підприємства [12, с. 80]. Це є наслідком процесу формування інформаційного суспільства, де увага концентрується на інформаційних ресурсах, що приводить до зростання їхньої значущості у виробництві, активних їх обговорень як ключового поняття інформатизації, появи великої кількості публікацій, що відображують різні точки зору на розуміння сутності та змісту поняття «інформаційні ресурси». Електронні інформаційні ресурси забезпечують найефективніше використання сучасних інформаційних

технологій. Багатофункціональність їхнього використання пояснює наявність різних класифікацій, однак характерні особливості цього виду ресурсів дають змогу виокремити їх та значно підвищують їхню цінність.

Успішна реалізація якісної інформації та знань у різних галузях економіки залежить від механізмів використання, серед яких провідне місце посідають нові інформаційні технології (ІТ). На жаль, менеджери вітчизняних підприємств іноді не уявляють собі способи обґрунтування та прийняття рішень за допомогою ІТ, що обумовлює необхідність розробки практичних рекомендацій щодо впровадження ІТ у діяльність підприємств.

Зростання попиту на ІТ в Україні та світі поставило перед науковцями задачу створення технологічної основи інформаційних процесів, якою стала інфраструктура ІТ (ІІТ) [13, с. 31]. Її формування в умовах залежності підприємств від технічних засобів, програмного забезпечення, інформації та засобів комунікації набуває стратегічного значення.

Невід'ємною складовою процесу інформатизації є всеосяжне інформаційне поле, так зване інформаційне середовище. Воно постійно змінюється під впливом поширення інформаційних технологій, його різноманітність ускладнює процес дослідження видів інформаційного середовища, його властивостей, рівнів та функцій. Інформаційне середовище створює сприятливі умови для розвитку суб'єктів інформаційного суспільства, однак ступінь сприятливості залежить від інформаційного потенціалу суб'єкта, що є важливим поняттям, сутність та зміст якого слід усвідомити під час дослідження інформаційного середовища суспільства. Недостатність досліджень щодо цього ускладнює процеси формування та розвитку інформаційного потенціалу підприємства, ефективного управління ним, підвищує ступінь ризику та знижує оперативність управлінських рішень щодо забезпечення умов успішного функціонування та стійкого розвитку підприємства.

Інформаційне суспільство характеризується домінуванням в економічному розвитку галузей, що пов'язані з виробництвом інформації, знань, інформаційних послуг, їх перетворенням на основне джерело нових робочих місць. Це привело до формування інформаційної індустрії. Складність кількісного оцінювання цього процесу, рівня його впливу на економіку пояснюється складністю щодо визначення сутності цього поняття. Досі не склалося єдиної, загальноприйнятої назви цієї галузі («індустрія інформатики», «індустрія інформаційних послуг» тощо), немає також однакового підходу до складу її виробництв.

Актуалізація питань управління інформацією як ресурсом, впровадження нових концепцій в організацію інформаційних служб привели до формування поняття «інформацій-

ний менеджмент» (ІМ). Впровадження ІМ на сучасних підприємствах вимагає формування відповідної інфраструктури, оцінювання можливостей наявного апаратного забезпечення, побудови локальних комп'ютерних мереж для ефективного зв'язку між внутрішніми системами обробки даних.

Необхідність швидкої орієнтації у фінансових та матеріальних потоках, що впливає на якість управлінських рішень, вимагає створення комплексної інформаційної системи (ІС), здатної підвищити результативність функціонування служб підприємства. Особливістю ІС є спрямування на

автоматизацію процесу оброблення управлінської інформації за допомогою комп'ютера, що допомагає у виборі оптимального рішення.

Висновки. Результати дослідження сутності основних понять інформатизації, впливу інформаційних процесів на соціально-економічний розвиток суспільства, особливостей функціонування підприємств на етапі розвитку інформаційного середовища дають можливість обґрунтувати напрями забезпечення якісного рівня управління підприємствами з урахуванням необхідності трансформації основних підходів до менеджменту в умовах інформатизації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Литвак Б.Г. Практические занятия по управлению. Мастер-класс. Москва: Экономика, 2002. 35 с.
2. Файоль А., Эмерсон Г., Тэйлор Ф., Форд А. Управление – это наука и искусство. Москва: Республика, 1992. 42 с.
3. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной; под ред. Е.Л. Вартановой. Москва: Аспект Пресс, 2004. 400 с.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / под ред. О.И. Шкарatina. Москва: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
5. Карминский А.М., Карминский С.А., Нестеров В.П. и др. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы / под ред. А.М. Карминского. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Финансы и статистика, 2004. 624 с.
6. Винарик Л.С. Информатизация в аспекте социальной трансформации общества: монография. Донецк: ИЭП НАН Украины, 2004. 272 с.
7. Концептуальні засади менеджменту в інформаційній економіці: монографія / за заг. ред. Т.І. Лепейко. Харків: вид. ХНЕУ, 2010. 252 с.
8. Толковый словарь по основам информационной деятельности / сост. Н.Н. Ермошенко. Киев: УкрИНТЭИ, 2000. 252 с.
9. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society. The Public Interest. 1967. № 7. P. 102–114.
10. Щедрин А.Н. Электронные информационные ресурсы в информационной экономике. Донецк: ИЭП, 2003. 231 с.
11. Барановская Т.П., Лойко В.И., Семенов М.И. и др. Информационные системы и технологии в экономике: учебник. 2-е изд., доп. и перераб. Москва: Финансы и статистика, 2003. 416 с.
12. Лепейко Т.І., Мазоренко О.В. Основи інформаційної економіки: навч. посіб. Харків: вид. ХНЕУ, 2012. 136 с.
13. Федулова Л.І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні. Київ: Фенікс, 2005. 320 с.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

MODERN APPROACHES TO MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITIES IN THE ENTERPRISE

Артеменко Л.П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Демченко П.О.

студент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Статтю присвячено питанням удосконалення управління маркетинговою діяльністю. Теоретичною та методологічною основою дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної науки, праці вітчизняних та зарубіжних вчених. На основі узагальнення наукових праць проведено аналіз стану впровадження маркетингу в діяльність вітчизняних підприємств. Методи теоретичного узагальнення та логічного аналізу використано в процесі дослідження наукової проблематики щодо покращення управління маркетинговою діяльністю підприємств. Окреслено основні шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю вітчизняних підприємств.

Ключові слова: маркетингова діяльність, управління маркетинговою діяльністю, підприємство, конкурентоспроможність.

Статья посвящена вопросам совершенствования управления маркетинговой деятельностью. Теоретической и методологической основой исследования являются фундаментальные положения современной экономической науки, труды отечественных и зарубежных ученых. На основе обобщения научных работ проведен анализ состояния внедрения маркетинга в деятельность отечественных предприятий. Методы теоретического обобщения и логического анализа использованы в процессе исследования научной проблематики касательно улучшения управления маркетинговой деятельностью предприятий. Определены основные пути совершенствования управления маркетинговой деятельностью отечественных предприятий.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, управление маркетинговой деятельностью, предприятие, конкурентоспособность.

The article is devoted to questions of improvement of management of marketing activity. The theoretical and methodological bases of the research are the fundamental positions of modern economic science, the works of domestic and foreign scientists. On the basis of the generalization of scientific works, an analysis of the state of marketing introduction into the activities of domestic enterprises was conducted. The methods of theoretical generalization and logical analysis are used in the process of studying scientific issues on improving the management of marketing activities of enterprises. The main ways of improving the management of marketing activities of domestic enterprises are determined.

Key words: marketing activity, management of marketing activity, enterprise, competitiveness.

Постановка проблеми. На сучасних підприємствах одним з найбільш ефективних інструментів впливу на результат компанії є управління маркетинговою діяльністю. З огляду на мінливий бізнес-клімат, який відзначається зростаючою конкуренцією, необхідним є вдосконалення діяльності підприємства загалом та його маркетингової складової зокрема, що дасть ком-

паніям можливість збільшити свої конкурентні переваги на вітчизняному та зовнішньому ринках. Загострення конкурентного середовища обумовлює необхідність пошуку нових підходів до забезпечення конкурентоспроможного розвитку сучасного підприємства.

На жаль, часто причиною недостатньої прибутковості компаній є неефективна сис-

тема управління маркетинговою діяльністю. У зв'язку з цим дослідження питань вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств та вироблення на цій основі необхідних рекомендацій є досить актуальним питаннями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження проблем управління маркетинговою діяльністю знайшло відображення в працях таких науковців, як, зокрема, І.В. Мосійчук, І.Г. Клімова, А.В. Ткаченко, І.О. Щєбликіна, М.В. Волкова. Питання оцінювання ефективності маркетингової діяльності знайшли відображення в роботах низки вітчизняних вчених-економістів, серед яких слід відзначити праці Л.В. Балабанової, В.А. Шаповалова, Н.В. Бутенка, Н.К. Моїсеєва, А.Ф. Павленко, Є.Б. Анфіногенова, В.А. Пархименко, Т.Є. Дерев'янченко, О.П. Лідовської, А.В. Резніченко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Втім, як свідчать результати досліджень, сьогодні у вітчизняній науковій літературі відсутнє комплексне вивчення управління маркетинговою діяльністю.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є систематизація напрямів удосконалення управління маркетинговою діяльністю для подальшого формування маркетингової стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це система різних видів діяльності, що є широким комплексом заходів стратегічного та тактичного характеру, пов'язаних між собою та спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства, а також досягнення його основної мети, що полягає у задоволенні потреб споживачів товарів і послуг та отриманні на цій основі найбільшого прибутку. Це поняття враховує складність процесу управління маркетингом, його призначення та сутність, воно підкреслює системність цього процесу, бо управління маркетингом має здійснюватися системно та комплексно [1]. Відповідно до визначення виділяють завдання та цілі управління маркетинговою діяльністю [2, с. 20].

1) Підвищення цінності цієї продукції в очах споживача.

Причинами того, що ця задача стала на перше місце в управлінні маркетинговою діяльністю є перенасиченість ринків. Через величезну кількість товарів і послуг перевага віддається товарам з відомим ім'ям або з певними властивостями, яких немає в інших товарів. Досягається цінність шляхом брендингу та правильно розробленої рекламної компанії.

2) Аналіз та вибір цільових ринків збуту.

Постійний моніторинг ринку необхідний для швидкого реагування на зміну тенденцій, наявність вільних ніш або ринків збуту. Завданням управління маркетинговою діяльністю в цьому

разі буде побудова системи постійного збору первинної інформації про конкурентів, динаміку розвитку ринку та ключові фактори його зміни.

3) Робота зі споживачами.

Встановлення діалогу зі споживачем є пріоритетним напрямом роботи маркетолога. Необхідно не тільки розмовляти зі споживачем однією мовою, але й розуміти його потреби, життєві цінності, тобто те, що допоможе у визначенні причини покупки або відмови. Іншою важливою інформацією від споживача може бути його розуміння цінності товару компанії або причини небажання покупки.

4) Розробка стратегії та принципів конкуренції.

Управління маркетинговою діяльністю тісно пов'язане зі стратегічним плануванням у компанії. Завдяки знанням про ринок, конкурентів та особливості споживачів маркетингова служба найефективніше здатна розробити оптимальні стратегії продажів, ринки збуту, а також запропонувати найбільш ефективну структуру просування товару.

5) Управління асортиментом компанії.

В обов'язки служби маркетингу входить регулярне відстеження попиту на кожен продукт, що допомагає виділити найбільш популярні продукти та скорегувати широту асортименту. Крім коригування вже наявного товару, маркетологи ведуть постійну проектну роботу щодо введення на ринок нових продуктів. Такий моніторинг дає змогу компанії знизити витрати компанії на випуск неліквідного товару, зберігання асортименту, як наслідок, підвищити рентабельність продажів та їх стабільне зростання в кожній групі товарів.

6) Аналіз результатів робіт.

Невід'ємною частиною управління маркетинговою діяльністю є організаційна, управлінська та контрольна функції. Це обумовлене кількістю проектів, які постійно здійснює служба маркетингу.

Такими проектами є програма просування товару, розробка нових продуктів, дослідження нових ринків, а також оцінка вже проведених програм, відстеження динаміки незавершених маркетингових програм.

Для ефективного управління маркетинговою діяльністю варто виділити такі напрями його вдосконалення.

1) Стратегія «блакитного океану» (табл. 1). Її сутність полягає у створенні нового продукту, формуванні нового ринку, де практично відсутні конкуренти. Під «блакитним океаном» розуміється новий неконкурентний ринок.

Проект повинен створювати інновацію цінності для споживача, а не просто цінність. Нова цінність створюється для споживачів за допомогою інноваційних товарів, інноваційних методів їх виробництва та принципово нових способів продажу, які ринок раніше ніколи не пропонував.

Проект повинен мати низькі витрати, які обумовлені тим, що інноваційний продукт не вимагає капітальних витрат, великої кількості

робочих, витрат на просування тощо. Тобто зниження витрат відбувається за рахунок скасування та зниження факторів, через які відбувається конкуренція в галузі [37].

2) Соціальний маркетинг.

Соціальний маркетинг є одним з найбільш ефективних інструментів у сфері управлінських технологій, що визначає найпоширеніші підходи та принципи розвитку сучасного соціального управління з використанням неторговельного обміну послугами, думками, цінностями тощо.

Керування соціальним маркетингом не є дуже простим процесом, а зобов'язує компанію до суттєвих стратегічних та організаційних реформувань, а саме вдосконалювати корпоративні плани «стійкого розвитку», розробляти корпоративні звіти про соціальну відповідальність, спеціальні заходи щодо зв'язків з громадськістю (обмін ідеями та їх обговорення на рівні світу, окремої країни та країн Європи), проводити презентацію компанії за кордоном. Збільшення вартості компанії та іміджу підприємства на світовій арені гарантовано повернуть свої вкладення в разі успіху. Менеджмент соціального маркетингу відбувається з використанням методів планування, аналізу та контролю вжиття маркетингових заходів, спрямованих на маркетинговий бізнес-процес (набуття, забезпечення та покращення позитивних відносин зі споживачами) [4].

Менеджмент соціально відповідального маркетингу в компанії виконується на таких рівнях:

– внутрішній (вжиття компанією заходів корпоративно-соціальної відповідальності перед робітниками підприємства через створення найбільш сприятливих умов праці та позитивного клімату в колективі, сприяння його громадському розвитку, зростання професійного рівня співробітників, збільшення рівня зацікавленості працівників в управлінні організацією);

– зовнішній (здійснення соціальної відповідальності перед клієнтами та покупцями через створення та забезпечення потреб людей в наданні безпечних, якісних та досить дешевих товарів та послуг);

– соціальний (виконання соціальної відповідальності перед територіальною громадою через підтримку її стійкого розвитку за рахунок участі у вирішенні основних суспільних про-

блем, допомога слабким і недієздатним, збільшення загального рівня культури населення, сприяння його діловій активності, збереження навколишнього середовища) [4].

3) Мультиканальність маркетингу – одночасна взаємодія компаній з цільовими аудиторіями (клієнтами) за допомогою offline-каналів (зокрема, реклами, спеціалізованих видань, конференцій, мерчандайзингу) та online-каналів маркетингових комунікацій (зокрема, пошукових систем, соціальних мереж, професійних співтовариств, електронної пошти, блогів, форумів, вебінарів, мобільних додатків) [5].

Варто відзначити не менш важливий інструмент здійснення конкурентної боротьби в управлінні маркетинговою діяльністю, а саме бенчмаркінг.

Застосування бенчмаркінгу передбачає системне вивчення всіх факторів та причин, які визначають позиції лідера. Нині бенчмаркінг є широко використовуваною технологією пошуку нових прикладів для вивчення та впровадження в бізнес [6]. Для перевершення конкурентів підприємствам незалежно від розміру та сфери діяльності необхідно постійно вивчати та застосовувати передовий світовий досвід в усіх сферах ділової активності, переймати всі види ефективних технологій [6]. Бенчмаркінг сприяє відкритості та підвищенню ефективності бізнесу, а саме надає організації сигнали раннього попередження в разі її відставання, з'ясовує рівень організації порівняно з кращими у світі, веде до швидкого впровадження нових підходів за мінімального ризику, скорочує витрати на створення нових проектів [7].

Висновки. Управління маркетинговою діяльністю – це поєднання різних інструментів та комплексів стратегічних заходів, спрямованих на максимізацію прибутку та підвищення конкурентоздатності, а також задоволення потреб споживачів. На управління маркетинговою діяльністю впливає характер конкурентної боротьби, яка за декілька років збільшилась майже вдвічі. Саме в таких умовах управлінці вимушені шукати нові способи до підвищення ефективності маркетингу, щоб зберігати та покращувати позиції на ринку та бути впевненими, що споживачі мають лояльне ставлення до продукції підприємства. Запропоновано деякі сучасні підходи до управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Таблиця 1

Напрями виконання стратегії «блакитного океану»

1	Створювати ринковий простір.
2	Боротися з непотрібною продукцією.
3	Створювати та завойовувати новий попит.
4	Створювати принцип взаємозамінності цінності/економії витрат.
5	Вибудувати всю систему діяльності компанії щодо прагнення та диференціації, низьких витрат.

Джерело: [3]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко В.М., Тягунова З.О. Основні принципи стратегічного маркетингового планування на підприємстві. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2015. № 1. С. 95.
2. Каннеман Д. Думай медленно, решай быстро / пер. с англ. Москва: АСТ, 2014. 653 с.
3. Блакитний океан – стратегія. 2016. URL: <http://moyaosvita.com.ua/marketing/blakitnij-ocean-strategiya>.
4. Чередниченко К.В. Соціальний маркетинг. URL: <https://sites.google.com/site/cherednychenkokatya40kd/home/socialnij-marketing>.
5. Жадько С.В. Використання мережі Internet при просуванні лікарських препаратів до кінцевих споживачів. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2013. № 2 (28).
6. Командровська В.Є., Градун А.І. Оцінка стратегії діяльності підприємства за допомогою методу бенчмаркінгу. URL: <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/306/295>.
7. Харрингтон Дж.Х. Что может сделать бенчмаркинг... URL: http://www.elitarium.ru/2010/02/03/chto_mozhet_benchmarking.html.

SWOT-АНАЛІЗ У РОЗРОБЛЕННІ СТРАТЕГІЇ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»

SWOT ANALYSIS IN THE DEVELOPMENT OF STRATEGY THROUGH THE EXAMPLE OF PJSC "INTERPIPE NTPR"

Варяниченко О.В.

доцент кафедри менеджменту,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Єгорова П.В.

студентка,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Стаття присвячена застосуванню SWOT-аналізу на підприємстві. Розкрито зміст аналізу, його стандартну матрицю, етапи реалізації, а також переваги та недоліки моделі. Розглянуто практичну реалізацію SWOT-аналізу на конкретному підприємстві. Проведене детальне вивчення зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства. Сформовано стратегію, дотримання якої рекомендоване ПАТ «Інтерпайп НТЗ».

Ключові слова: SWOT-аналіз, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, п'ять сил Портера, рівень конкурентоспроможності продукції, побудова стратегії, формування цілей та задач.

Статья посвящена применению SWOT-анализа на предприятии. Раскрыты содержание анализа, его стандартная матрица, этапы реализации, а также преимущества и недостатки модели. Рассмотрена практическая реализация SWOT-анализа на конкретном предприятии. Проведено детальное изучение внешней и внутренней сред предприятия. Сформирована стратегия, соблюдение которой рекомендуется ПАТ «Интерпайп НТЗ».

Ключевые слова: SWOT-анализ, внешняя среда, внутренняя среда, пять сил Портера, уровень конкурентоспособности продукции, построение стратегии, формирование целей и задач.

The present article is devoted to the application of SWOT analysis at the enterprise. The essence of the analysis, its standard matrix, stages of implementation, as well as advantages and disadvantages of the model are described. The practical implementation of SWOT analysis at certain enterprise is represented. Detailed study of the external and internal environment of the enterprise was performed. The strategy, recommended to PJSC "Interpipe NTPR", is formed.

Key words: SWOT analysis, external environment, internal environment, Porter's five forces, level of competitive ability of products, development of the strategy, formulation of goals and tasks.

Постановка проблеми. Виникнення стратегічного менеджменту можна пояснити посиленням конкуренції на ринках, зростанням нестабільності економіки, появою економічних криз, постійним впливом зовнішнього та внутрішнього середовищ на діяльність підприємства. У подібній ситуації перебувають українські підприємства. SWOT-аналіз як модель стратегічного менеджменту дає змогу збирати та аналізувати різні типи даних, вибудовувати стратегії та уточнювати їх за допомогою цілей і завдань. Тому подальший розвиток прикладних аспектів застосування цієї моделі допоможе підприємствам у прийнятті обґрунтованих стратегічних рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження ґрунтується на застосуванні методу проведення SWOT-аналізу, який запропоновано М. ван Ассеном, Г. ван ден Бергом, П. Пітерсма

у їх книзі «Ключові моделі менеджменту. 60 моделей, які повинен знати кожен менеджер», публікаціях іноземних журналів "The Economist" та "Business News Daily". Для виявлення факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства використано підхід С.С. Гаркавенко, викладений в підручнику «Маркетинг».

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. SWOT-аналіз є популярним методом серед менеджерів. Водночас властивий йому ризик в прийнятті некоректних рішень і складність досконально оцінити вплив можливостей та загроз на діяльність конкретних підприємств викликають критику науковців-практиків та підприємців.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є проведення SWOT-аналізу, результати якого дадуть змогу переконатися в дієвості або марності застосу-

вання представленого методу для розроблення стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. SWOT-аналіз є зручною для застосування моделлю менеджменту, тому що дає змогу уявити ситуацію, в якій опинився досліджуваний об'єкт. На сучасному етапі розвитку його представляють у вигляді матриці з чотирима полями, які відповідають аббревіатурі:

- 1) "Strengths" – сильні сторони, тобто переваги підприємства перед його конкурентами;
- 2) "Weaknesses" – слабкі сторони, тобто ті фактори, з якими підприємство не може впоратися або в чому воно має потребу;
- 3) "Opportunities" – можливості, фактори зовнішнього середовища, якими може скористатися підприємство;
- 4) "Threats" – загрози, фактори зовнішнього середовища, що можуть негативно вплинути на підприємство.

SWOT-аналіз можна візуалізувати за допомогою табл. 1.

Таблиця 1

Стандартна матриця SWOT

Оточення/ вплив	Позитивний вплив	Негативний вплив
Внутрішнє середовище	Strengths	Weaknesses
Зовнішнє середовище	Opportunities	Threats

Аналіз проводять за допомогою вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Можливості та загрози зумовлені зовнішніми (неконтрольованими та слабо контрольованими) факторами, а сильні та слабкі сторони – внутрішніми (контрольованими) факторами (фінанси, маркетинг, менеджмент, виробництво) [1, с. 164].

SWOT-аналіз використовують під час маркетингових досліджень та для побудови стратегії підприємства чи його продуктової лінії.

SWOT-аналіз здійснюється в три етапи [2, с. 104]:

- 1) виявлення стратегічних аспектів (виявлення внутрішніх та зовнішніх стратегічних аспектів, їх аналіз і ранжирування залежно від сили впливу та ймовірності настання);
- 2) визначення стратегії (розподіл альтернативних стратегій по чотирьох квадратах матриці, розробка додаткових стратегій, вибір відповідної стратегії);
- 3) реалізація стратегії та моніторинг (розробка плану дій щодо реалізації стратегії, розподіл коштів та відповідальності, здійснення моніторингу, аналіз усього процесу).

Авторство описаного вище методу достовірно не встановлене. Різні джерела зазначають таких дослідників, як Альберт Хамфрі, Кеннет Ендрюс, Ігор Ансофф, Едмунд Лірнед,

Роланд Крістенсен, Вільям Гут, професори Гарвардської школи бізнесу [3–6].

SWOT-аналіз є однією з найпоширеніших моделей в стратегічному менеджменті. Він має низку переваг та недоліків. До його переваг слід віднести простоту застосування, узгодженість матриці, узагальнення різного типу даних у великій кількості. До недоліків відносяться відсутність в аналізі динаміки в часі; відсутність поділу кількісних та якісних показників, неможливість їх порівняння; наявність суб'єктивних показників.

Практичну реалізацію SWOT-аналізу розглянуто на прикладі ПАТ «Інтерпайп НТЗ», а також проведено за такими факторами:

– політика, економіка, соціальне середовище, технології, ринкове оточення (зовнішнє середовище);

– продукція, технології, організація виробництва, менеджмент підприємства, ринкова позиція, ресурси, корпоративна культура (внутрішнє середовище).

Нижче наведено аналіз зовнішнього середовища.

Політику України можна охарактеризувати за допомогою можливих змін економічного курсу, змін у зовнішній політиці та в законодавстві, їх передбачуваності.

Зміна економічного курсу України відбулась у 2014 році з початком воєнних конфліктів з Росією. Це привело до ускладнень товарообміну між країнами, ліквідації квот та введення мит [7]. Рис. 1, 2, що сформовані за даними Державної служби статистики України, зображують зміни експорту та імпорту за останні шість років.

З 2014 року Україна різко змінила політичний та економічний курс. Це можна спостерігати за змінами як у експорті, так і в імпорті держави. Експорт зростає у країни Європи та Азії, водночас експорт до країн СНД стрімко зменшується. Великих змін у торгівлі з Африкою та Америкою не відбувалось. Можна відзначити (рис. 2), що імпорт зростає з країн Європи та Азії. Продукція з країн СНД все менше потрапляє на українські ринки, але у 2017 році порівняно з 2016 роком імпорт з країн СНД збільшився на 2 910 184 тис. дол., або на 34%, тоді як з Російської Федерації – на 4 448 169,5 тис. дол., або на 39,8%. Значних змін імпорту з Африки та Америки не відбувалось.

Загалом необхідно зазначити, що торговельні відносини України з багатьма країнами погіршилися. За даними (рис. 1, 2) можна спостерігати скорочення експорту та імпорту. Протягом шести останніх років Україна має від'ємне сальдо, винятком є тільки 2015 рік.

Зміни в законодавстві України відбуваються щомісяця. Вони залежать від впливу та вимог економічних, політичних союзів та кредиторів, зокрема МВФ, ЄС та ЄБРР. Зміни носяться також до головного закону, а саме Конституції України. Зокрема, були внесені зміни у 2004, 2011, 2013,

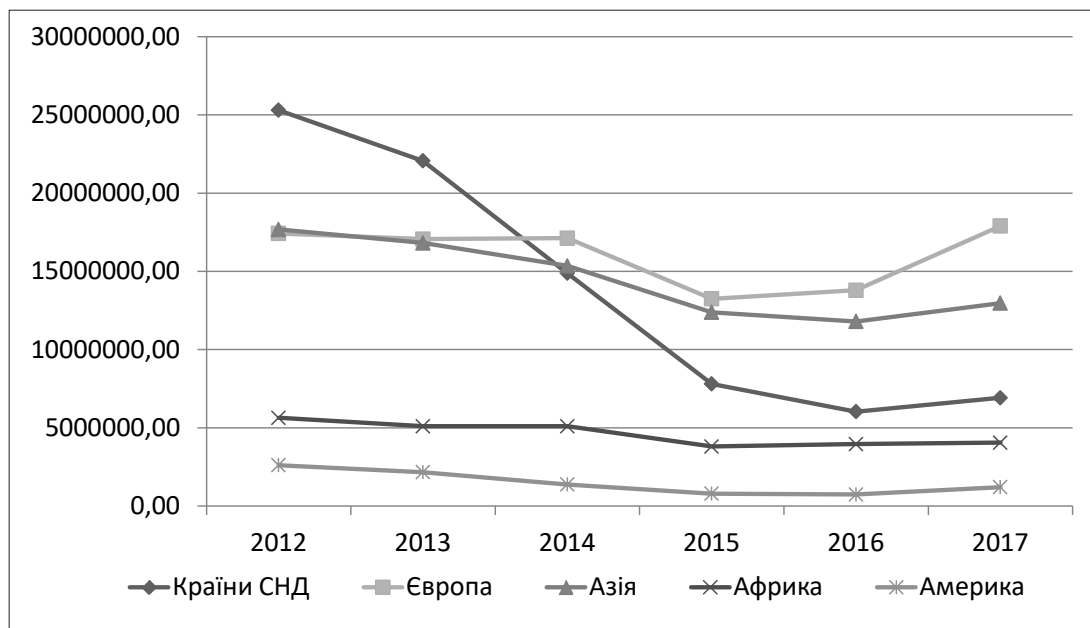


Рис. 1. Експорт України, тис. дол. США

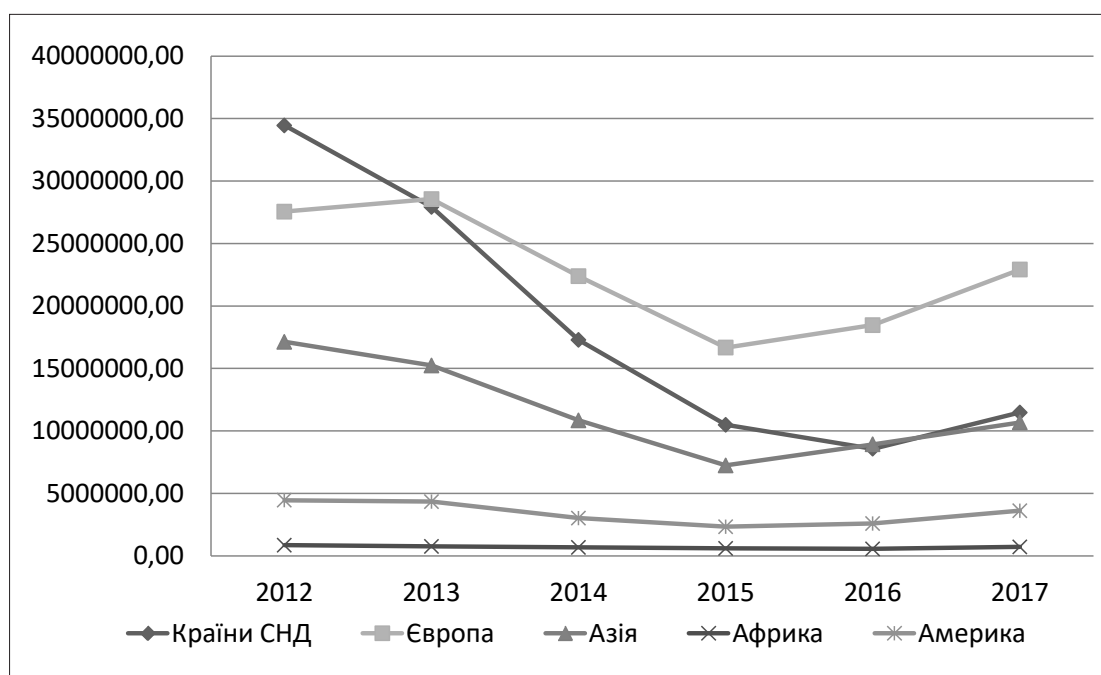


Рис. 2. Імпорт України, тис. дол. США

2014, 2016 роках. Постійні зміни в законодавстві свідчать про несаможиттєвість політики України, її залежність від інших країн, внутрішню політичну боротьбу. Це не дає змогу іноземним інвесторам вкладати кошти в українські підприємства, а банкам і кредитно-фінансовим організаціям – їх фінансувати.

Економіка України охарактеризована такими факторами: зростання або падіння ВВП, інфляція, величина ставки рефінансування, зміни в обмінних курсах валют, рівень безробіття, рівень розвитку ринку праці, рівень розвитку фондового ринку.

За статистичними даними Мінфіну, які наведені в табл. 2, можна спостерігати падіння ВВП України протягом 2012–2015 років. Лише у 2016 році ВВП почало зростати. Падіння ВВП свідчить про скорочення виробництва, погіршення економічної ситуації в Україні, падіння курсу гривні.

Таблиця 2

ВВП України					
Рік	2012	2013	2014	2015	2016
ВВП, млн.	175	183	131	90	93
дол. США	781	310	805	615	270

Зростання цін, або інфляція, характеризується індексом споживчих та виробничих цін, які наведені в табл. 3. Індекс цін виробників показує, як зміна цін на сировину впливає на виробників, а також наскільки змінилась купівельна спроможність національної валюти. Зростання індексу споживчих цін є раннім інфляційним індикатором. Індекс споживчих цін показує зміну вартості життя в країні, а також є раннім індикатором споживчої інфляції.

За темпами інфляції, що представлені в табл. 3, необхідно відзначити, що вони зростають щороку. Так, ціни виробників у 2017 році порівняно з 2016 роком збільшились на 16,6%, а у 2016 році порівняно з 2015 роком – на 35,8%.

Облікова ставка НБУ, або ставка рефінансування, – норма відсотка, що стягується Національним банком України під час рефінансування комерційних банків [8]. З початку березня 2018 року ставка рефінансування становить 17%, а в березні 2017 року її значення дорівнювало 14%. Рекордним можна вважати значення ставки у 30% в березні 2015 року, коли у 2016 році ставка знизилась до 22%. Нині ставка знов починає зростати. Це завдасть негативного впливу на підприємства України, що отримують кредит у комерційних банків, які отримують кошти від Центрального банку.

За даними, наведеними в табл. 4, можна спостерігати падіння курсу гривні до валюти за першою групою класифікатора. У 2018 році гривня впала на 3,28% порівняно з 2017 роком. Значне падіння гривні відбулось у 2015 році порівняно з 2014 роком, а саме на 102,15%. Таким чином,

виробники продукції, що поставляється на експорт, мають можливість отримати великий прибуток від курсової різниці. Однак для виробників експортної продукції, які закуповують сировину та матеріали за кордоном, така ситуація є водночас не вигідною. За ті ж самі матеріали їм доведеться більше платити.

Рівень безробіття представлено на рис. 3. Можна відзначити, що кількість безробітного населення мала тенденцію до зниження з 2014 року до 2016 року. У 2016 та 2017 роках кількість безробітних зростає. Кількість зайнятого населення має тенденцію до зниження з 2013 року. Під час падіння кількості зайнятого населення безробіття повільно збільшується. Це можна пояснити трудовою міграцією населення, неформальним працевлаштуванням.

Рівень розвитку ринку праці охарактеризовано за допомогою табл. 5.

За даними табл. 5 можна зробити такі висновки: середньооблікова кількість штатних працівників на підприємствах України зменшується щороку, водночас зростають коефіцієнти обігу робочої сили (як прийому, так і звільнення). Це означає, що все частіше українці звільняються у пошуках нової праці. Середньомісячна заробітна плата зростає, але більш повільними темпами, ніж індекс інфляції.

Розглянемо рівень розвитку фондового ринку. Фондовий ринок України є слабо розвинутим. Обсяг біржових контрактів з цінними паперами під час проведення торгів скорочується. На кінець 2017 року діють лише 8 фондових бірж, а тільки 3 з них мають досить великі

Таблиця 3

Показники інфляції

Рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Індекс цін виробників, %	100,4	101,7	131,7	125,5	135,8	116,6
Індекс споживчих цін, %	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4	113,7

Таблиця 4

Відношення курсу гривні до курсу долара США

Дата	Кількість од., дол. США	Офіційний курс, грн.	Зміна курсу базис., %	Зміна курсу ланцюг., %
31 січня 2012 року	100	798,97	–	–
31 січня 2013 року	100	799,3	0,04	0,04
31 січня 2014 року	100	799,3	0,04	0,00
30 січня 2015 року	100	1 615,7817	102,23	102,15
29 січня 2016 року	100	2 515,1769	214,80	55,66
31 січня 2017 року	100	2 711,9036	239,42	7,82
31 січня 2018 року	100	2 800,8791	250,56	3,28

обсяги торгів. Основна частина торгів проводиться на позабіржовому ринку [9].

Соціальне середовище можна відобразити через демографічні зміни, кількість постійного населення та міграційний рух. Згідно з даними Держстату населення України скорочується щороку, відбувається сильний міграційний рух. У 2017 році порівняно з 2012 роком населення скоротилось на 3 146 506 осіб. В середньому 1,2% населення України мігрує. Однак дані з Держстату не є вичерпними, тому що фіксують лише документально оформлену міграцію, не враховують короткострокову (сезонну) міграцію населення, а також нелегальних українських працівників за кордоном.

Такий фактор зовнішнього середовища, як технології, описується через появу нових технологій та здатність використання технологічних "know-how" на нових продуктах.

На даному етапі розвитку металургії існує один замітник виплавки сталі доменним виробництвом, а саме електросталеплавильна технологія, яка замість оброблення чавуну використовує

брухт. Негативними факторами електросталеплавильного виробництва є дефіцит брухту, погіршення його хімічних та фізичних властивостей, нестача чистої первородної шихти [10].

В Росії групою компаній «Ферро-Технолоджи» за участю науково-дослідних організацій розроблено та випробувано новий метод виплавки сталі, а саме метод рідкофазного відновлення ORIEN. Він звільнює металургію від застосування коксу, агломерату, залізородних окатишів, виплавки чавуну в доменних печах та отримання сталі в кисневих конверторах. Це створює передумови поліпшення екології, зниження енерговитрат, скорочення витрат виробництва сталі та її собівартості, а також поліпшення якості металопродукції [10].

Україна не має доступу до нових технологій. Металургійна промисловість в Україні повільно втрачає позиції на світовому ринку.

Останній фактор зовнішнього середовища, а саме ринкове оточення, можна охарактеризувати через характеристики ринку, можливості розвитку компанії, п'ять сил Портера.

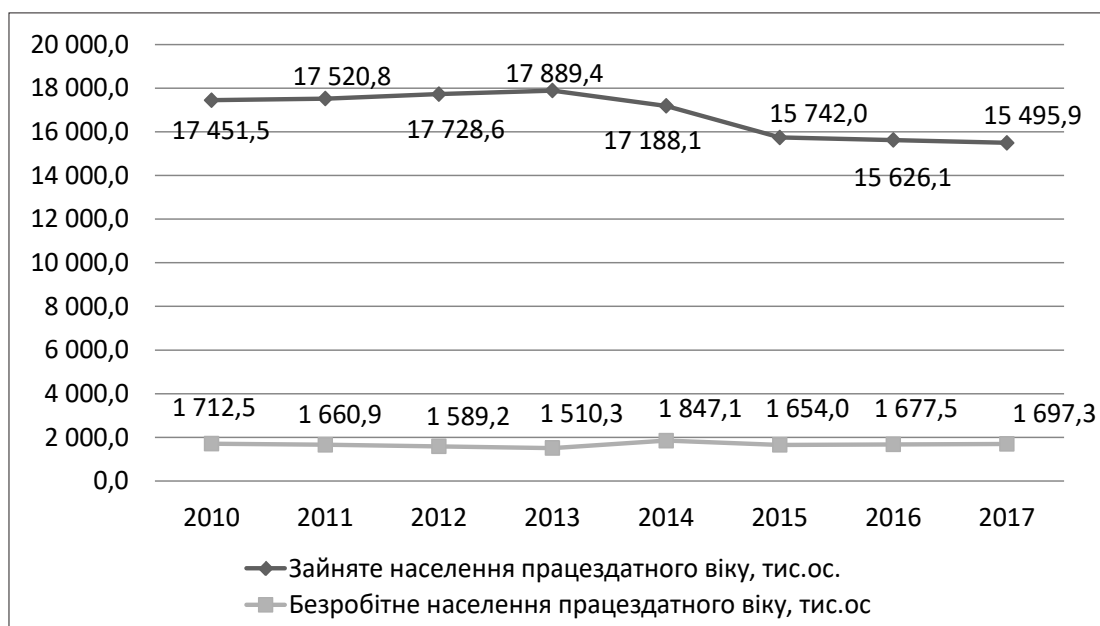


Рис. 3. Порівняння кількості зайнятого та безробітного населення

Таблиця 5

Показники розвитку ринку праці

Рік	Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	Коефіцієнт обігу робочої сили		Середньомісячна заробітна плата	
		по прийому	по звільненню	номінальна	реальна
		у % до середньооблікової кількості штатних працівників		грн.	у % до попереднього року
2012	10 123	26,1	29,9	3 041	114,4
2013	9 720	26,6	30,3	3 282	108,2
2014	8 959	22,8	30,3	3 480	93,5
2015	8 065	24,0	30,2	4 195	79,8
2016	7 868	26,1	29,2	5 183	109,0
2017	7 679	30,5	31,8	7 104	119,1

Незважаючи на те, що металургія є прибутковою промисловістю в багатьох країнах світу, в Україні можна спостерігати її падіння.

Згідно з даними Асоціації виробників сталі до 2017 року Україна входила в топ-10 країн з виплавки сталі. Рештою країн є Китай, Японія, Індія, Америка, Росія, Південна Корея, Німеччина, Туреччина, Бразилія. Виплавки України в жовтні 2016 року становили 24 218 тис. т. У жовтні 2017 року ця цифра зменшилась до 16 138 тис. т [11].

На ринку безшовних труб останніми роками спостерігається падіння (табл. 6). Воно пов'язане з перевиробництвом та зменшенням цін на продукцію. У 2016 році відбувся спад інвестиційної активності в нафтогазовому секторі, наприклад у 2015 році кількість бурових установок в США зменшилась на 60% (з 1 900 до 775); у 2016 році кількість бурових установок знизилась до 508. Наслідком цього стало зниження попиту на труби [12].

Проаналізуємо можливість розвитку компанії. Компанія «Інтерпайп» є вертикально-інтегрованою компанією, що містить у своєму складі завод з обробки сировини «Втормет», завод з переробки сировини в заготовку «Сталь», а також три заводи з переробки заготовки в трубну або колісну продукцію «НТЗ», «НМТЗ», «Ніко Тьюб». Подальше розширення неможливо.

Основними конкурентами «Інтерпайп» є металургійні комбінати Бельгії, Німеччини, Франції, Італії, Польщі, Словаччини, а на Сході – комбінати Японії, Китаю, Індії, Південної Кореї [13].

Через воєнний конфлікт з Росією присутність українських металургів на цьому ринку скорочується. Російська сторона цілеспрямовано вдається до антидемпінгових санкцій щодо української металургійної продукції.

У червні 2016 року Євразійською економічною комісією (ЄЕК) проведено розслідування. За його підсумками ЄЕК прийняла рішення продовжити вжиття антидемпінгових заходів на обсадні, насосно-компресорні, нафтогазопровідні труби та труби загального призначення з України до червня 2021 року [14].

«Інтерпайп» є монополістом з виробництва суцільнокатаних залізничних коліс в Україні. Конкуренція на світовому ринку металопродукції є олігополістичною. На ринок складно проникнути новим виробникам, існують бар'єри входу. Здійснюється боротьба за допомогою демпінгу.

Товари на досліджуваному ринку дуже подібні, а саме збігаються за призначенням, основними характеристиками, але можуть відрізнятися за додатковими якістьми. «Інтерпайп НТЗ» розробляє труби з новими діаметрами та різьбленням. Конкуренти на цьому ринку стежать за цінами один одного, але можуть підвищувати ціну, якщо таку умову було відзначено в договорах.

Рівень загрози з боку нових гравців є середнім. Нові гравці з'являються, але рідко, тому що для входу на ринок потрібно володіти значними коштами, вкладати їх в побудову заводів, постійно оновлювати технології. Крім цього, товар досить складно диференціювати.

Товари-замінники продукції «Інтерпайп» існують, але загроза з їхнього боку дуже мала, тому що ці аналоги виготовляються за застарілими технологіями.

Рівень загрози втрати покупців є середнім. Існують як великі, так і дрібніші покупці, обсяги замовлень між якими розподіляються нерівномірно. Поставки труб і коліс відбуваються на основі договорів, що укладаються на декілька років, тому одне замовлення може виконуватися рік і більше. Покупці не схильні до різкої зміни виробників, адже це порушить домовленості.

Ринкова влада постачальників є дуже сильною. ПАТ «Інтерпайп НТЗ» закуповує круглу заготовку у п'яти підприємств. ТОВ «Інтерпайп Україна» і завод «Інтерпайп Сталь» поставляють більше 70% залізничної продукції на підприємство. Іншу заготовку «НТЗ» закуповує у нечисленних українських або у російських виробників. Сировини для плавки не вистачає через дефіцит металобрухту в Україні. ПАТ «Інтерпайп НТЗ» не може переключитися на інших постачальників України повністю, тому що їх потуж-

Таблиця 6

Виробництво сталевих труб в світі

Країна/регіон	Безшовні труби		
	2015 рік, млн. т	2016 рік, млн. т	Зміна, %
КНР	28,58	27,00	-5,50
ЄС	3,41	3,29	-3,60
зокрема Німеччина	1,01	1,05	3,40
СНД	4,24	4,00	-5,70
зокрема Російська Федерація	3,42	3,33	-2,70
США	1,38	1,19	-13,80
Японія	1,31	1,19	-8,50
Індія	0,37	0,30	-19,60
Інші	2,14	1,73	-19,40
У світі	41,43	38,70	-6,60

ності можуть не задовольнити виробництво, також ціни всередині компанії нижче.

Нижче наведено аналіз внутрішнього середовища.

Першим фактором, що описує внутрішнє середовище, є продукція, яку можна охарактеризувати через продуктивний ряд підприємства, диференційованість продукції, рівень конкурентоспроможності товарів, рентабельність продукції.

ПАТ «Інтерпайп НТЗ» спеціалізується на виробництві безшовних труб для видобутку та транспортування продуктів у нафтогазовидобувній галузі, труб спеціального призначення для машинобудування та енергетичної промисловості, труб загального призначення, а також коліс та бандажів для залізничного транспорту [15].

Продуктивний портфель «KLW» (колісний бренд) включає більше 250 типорозмірів суцільнокатаних коліс та 80 типорозмірів бандажів для пасажирського та вантажного залізничного транспорту, метрополітену та міського рейкового транспорту [16].

«Інтерпайп НТЗ» є найбільшим з п'яти заводів компанії. Щороку завод розширює асортимент, розробляє нові способи пакування та перевірки якості.

Досліджено рівень конкурентоспроможності товарів. Якість, ціна, зовнішній вигляд товару – це фактори, що є основою для визначення конкурентоспроможності. «ТМК» (Трубная Металлургическая Компания) та «ВМЗ» (Выксунский металлургический завод) є основними конкурентами «Інтерпайп» у таких регіонах збуту, як Америка, Європа, Північна Африка, СНД. Згідно з даними офіційних сайтів вказаних компаній та каталогів продукції виявлено, що «ТМК» та «Інтерпайп» мають подібні сертифікати системи управління (OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 14001), а також сертифікати продукції (API 5L, API Spec 5CT, ГОСТ 632-80); «ВМЗ» та «Інтерпайп» мають однакові сертифікати системи управління (OHSAS 18001, ISO 14001), а також сертифікати продукції (ГОСТ 10791, EN 13262).

При цьому розрахункові ціни на трубну продукцію «ТМК» вище цін «Інтерпайп» на 14%. «ВМЗ» станом на 2016 рік займає 49% російського ринку залізничних коліс, тобто є монополістом. Як показав економічний аналіз товарного ринку ФАС Росії у 2012–2015 роках, вартість суцільнокатаних коліс «ВМЗ» була на 15% вище цін на аналогічну продукцію [17; 18].

З перерахованих вище фактів випливає, що головною конкурентною перевагою «Інтерпайп» є більш низькі ціни за подібної якості продукції.

Рентабельність ПАТ «Інтерпайп НТЗ» розрахована на всю продукцію за допомогою трьох показників, а саме валової, операційної та чистої рентабельності, що наведені в табл. 7.

Всі показники рентабельності на підприємстві знижуються до 2017 року. Причинами є скорочення виробництва, зростання дебіторської заборгованості, зовнішні політичні та економічні чинники.

Другим фактором є технології. «Інтерпайп НТЗ» не володіє технологічними «know-how». Виробничі потужності підприємства включають лінії з виробництва, обробки, контролю труб, прокатних агрегатів. Коефіцієнт зносу підвищується, але незначно. Підприємство оновлювало техніку у 2013 році.

Третім фактором є організація виробництва, що описується через поставки, зберігання, виробництво та збут.

«Інтерпайп» поставляє свою продукцію зі складів за допомогою морського, автомобільного та залізничного транспорту. Ключові заводи компанії розташовані на невеликій відстані один від одного та мають налагоджену внутрішню інфраструктуру.

Зберігання виготовленої продукції ПАТ «Інтерпайп НТЗ» відбувається на складах, що знаходяться на власній території підприємства. На складах, крім продукції, зберігаються неліквідні товари. Продажем неліквідних товарів, а також верстатів, виробничого обладнання та нерухомості займається відділ допоміжної реалізації.

Обсяг виробництва на підприємстві знижується за всіма видами продукції. Це пов'язане із закриттям російського ринку збуту, переходом компанії на вже зайняті ринки, зменшенням кількості робочих. З урахуванням постійного скорочення кількості працівників обов'язки та обсяг роботи на одну людину збільшуються.

ПАТ «Інтерпайп НТЗ» реалізує свою продукцію через ТОВ «Інтерпайп Україна». У загальному обсязі прибутку частка операцій з ТОВ «Інтерпайп Україна» становить 99%. ПАТ «Інтерпайп НТЗ» використовує такі канали збуту продукції, як пряме постачання продукції з заводу, поставки продукції через торгові компанії Інтерпайп. Методами збуту продукції ТОВ «Інтерпайп Україна» є прями договори, договори комісії.

Можна визначити п'ять основних напрямів збуту продукції «Інтерпайп». Ними є Європа, Україна, СНД, БСiA, Америка. Для здійснення зовнішньоекономічної діяльності компанія «Інтерпайп» має сім офісів у різних країнах світу. Крім офіційних представництв, «Інтерпайп» має

Таблиця 7

Рентабельність продукції «Інтерпайп НТЗ»

Показник/рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Валова рентабельність, %	13,34	13,96	16,04	21,54	15,06	22,55
Операційна рентабельність, %	3,66	4,01	-17,1	-8,47	-15,46	8,32
Чиста рентабельність, %	0,65	-1,15	-18,56	-14,17	-22,49	3,01

довіреніх агентів у різних країнах. Продажі здійснюються на основі відпрацьованої клієнтської бази, але у компанії також з'являються нові партнери завдяки міжнародним виставкам та участі в тендерах.

Четвертим фактором є менеджмент. «Інтерпайп» вводить нову модель управління бізнесом. З січня 2018 року «Інтерпайп» переходить до дивізіонального управління за продуктивними портфелями. Виділено сталевий, трубний і залізничний дивізіони. Це спростить управління компанією та контроль її діяльності.

П'ятим фактором є ринкова позиція. На світовому ринку ПАТ «Інтерпайп НТЗ» працює 24 роки. Його перевагою є постійне поліпшення якості продукції за досить низьких цін. Компанія «Інтерпайп» має чітку організаційну систему, влаштовану за європейськими зразками. На кінець 2017 року вартість власності ПАТ «Інтерпайп НТЗ» склала 16 269 021 тис. грн. Однак через складний фінансовий стан інвестиційна привабливість не є великою.

Шостим фактором внутрішнього середовища є ресурси (фінансові, людські, матеріально-технічні, інформаційні).

За фінансовими ресурсами слід відзначити, що ПАТ «Інтерпайп НТЗ» за 2013–2016 роки не мав чистого прибутку. На кінець 2016 року позикові кошти зайняли 96,05% у структурі власності підприємства. Кількість адміністративного персоналу та робочих скорочується щороку. Кількість персоналу на 2016 рік становила 4 444 осіб, що менше на 265 осіб, ніж у 2015 році. У 2015 році у зв'язку з дефіцитом металобрухту простої «Інтерпайп Сталь» за перші 2 квартали склали 31 день. Були зірвані терміни поставок інших заводів. За інформаційними ресурсами необхідно відзначити, що компанія «Інтерпайп» і п'ять заводів об'єднані спільними інформаційними потоками, створено єдину корпоративну пошту та програми звітності. Програмне забезпечення розробляється окремо для кожного заводу. На підприємстві діє контроль за інформаційною безпекою.

Останнім фактором внутрішнього середовища є корпоративна культура. За цим фактором необхідно зазначити, що компанія має місію, де відзначені клієнти, співробітники та акціонери. Компанія робить ставку на довгострокові інвестиції в персонал. «Інтерпайп» гарантує [19] стабільну оплату праці, соціальні гарантії, оплату лікарняних листів, оплачувані відпустки, внутрішнє навчання персоналу, стажування та практики для студентів, проведення тренінгів, створення кадрового резерву, проведення форумів майстрів та менеджерів, корпоративних свят, можливість кар'єрного росту.

Всі проаналізовані фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ будуть об'єднані у SWOT-аналізі.

Потенційні внутрішні сильні сторони підприємства:

- ціни на продукцію «Інтерпайп» нижчі, ніж у конкурентів;
- продукція та система менеджменту якості відповідають міжнародним стандартам;
- продукція перебуває на стадії зрілості, але «Інтерпайп» постійно диференціює її;
- широка номенклатура продуктів;
- вигідне місце розташування підприємств спрощує поставку;
- добре побудована та розвинена система збуту та підтримки клієнтів;
- налагоджені інформаційні потоки та інформаційна безпека;
- розвиток співробітників є одним з факторів місії; компанія робить ставку на довгострокові інвестиції в персонал;
- виробництво є технологічно оснащеним та автоматизованим;
- перехід до дивізіональної структури управління;
- наявність власних складів на території заводу, з яких реалізуються неліквідні товари відділом допоміжної реалізації;

Потенційні внутрішні слабкості підприємства:

- залежність від постачальників (дефіцит металобрухту призводить до простоїв у виробництві та порушення контрактів);
- в середньому кожного року кількість працівників зменшується на 585 осіб, або на 10,03%;
- наявність браку;
- складне фінансове становище підприємства;
- зростання частки матеріальних витрат у собівартості до 90,96%;
- під час тривалих перевезень продукція може піддаватися корозії, якщо покупець економить на упаковці;
- коефіцієнт зносу техніки зростає, на 2016 рік складає 0,337;
- низька інвестиційна привабливість підприємства.

Потенційні можливості зовнішнього середовища:

- зростання ВВП у 2017 році до 2016 року на 25%;
- зростання курсу долара у 2017 році на 7,82%.
- Потенційні загрози зовнішнього середовища:
 - велика залежність від постачальників сировини, нестача брухту;
 - висока внутрішньогалузева конкуренція (азіатські компанії монополізують ринок Європи);
 - постійні зміни в законодавстві, залежність країни від «рекомендацій» політичних союзів та кредиторів;
 - різка зміна політичного курсу країни призвела до ускладнень товарообміну, ліквідації квот та введення мит;
 - рівень інфляції за цінами виробників у 2017 році склав 116,6%;

- ставка рефінансування у 2018 році зросла на 3,5% та склала 17%;
- відбувається постійне скорочення кількості населення України та населення працездатного віку, посилюється сезонна міграція;
- скорочення ринку та попиту на сталеві труби у світі;
- відсутня можливість розширення компанії;
- група російських компаній розробляє новий процес виплавки сталі;
- скорочення фондового ринку України, на якому існують лише 3 досить великі біржі.

Висновки. За результатами проведеного SWOT-аналізу ПАТ «Інтерпайп НТЗ» рекомендовано дотримуватися стратегії диференціації продукції і цін. Підприємство володіє багатьма сильними сторонами, однак у нього присутні також слабкі сторони, що поглиблюються загрозами зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище практично не дає можливостей підприємству.

Після ранжирування слабких сторін підприємства та загроз зовнішнього середовища сформовано такі цілі: забезпечити сталість надходження сировини, зменшуючи частку матеріальних витрат у собівартості; збільшити кіль-

кість робітників підприємства; досягти 0% браку виробництва; організувати раду металургійних підприємств для впливу на формування зовнішньої політики України.

Найбільш важливими проблемами підприємства є матеріальні та людські ресурси. Для досягнення цілей ліквідації проблем рекомендовано ввести надбавку за вислугу років для робітників виробництва; запустити PR-проект «Інтерпайп» як бренд роботодавця; організувати тендер на поставку заготовки; відділу маркетингу знайти найбільш прийнятну цінову пропозицію щодо закупівлі металобрухту в ближньому і далекому зарубіжжі.

Зазначені на початку статті переваги та недоліки SWOT-аналізу виправдалися. Це справді зручний метод для опису ситуації, в якій опинилось підприємство. Однак правильно ранжувати фактори за важливістю та будувати стратегії можуть лише фахівці, зорієнтовані на маркетинг, які вміють проводити фінансове аналізування підприємства та володіють інформаційною базою даних. Таким чином, існує необхідність проводити SWOT-аналіз у вигляді остаточних висновків до звітів або на початковій стадії розроблення стратегії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2010. 720 с.
2. Ван Ассен М., Ван ден Берг Г., Питерсма П. Ключевые модели менеджмента. 60 моделей, которые должен знать каждый менеджер: учебное издание / под ред. Ю.А. Серова, Т.В. Мезина, Е.В. Денюкова. Москва: БИНОМ; Лаборатория знаний, 2016. 319 с.
3. History of SWOT Analysis. Marketing Teacher. URL: <http://www.marketingteacher.com/history-of-swot-analysis>.
4. SWOT analysis. The Economist. URL: <https://www.economist.com/node/14301503>.
5. SWOT Analysis: What It Is and When to Use It. Business News Daily. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>.
6. Hill T., Westbrook R. SWOT analysis: it's time for a product recall. Long Range Planning. 1997. Vol. 30, № 1. P. 46–52. URL: http://www.ftms.edu.my/Hill_Westbrook_1997.pdf.
7. Почему производство труб в Украине сокращается. Дело. URL: <https://delo.ua/business/pochemu-proizvodstvo-trub-v-ukraine-sokraschaetsja-324841>.
8. Облікова ставка НБУ. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/nbu/refinance>.
9. Пахомова І.Г., Ващенко Є.О. Сучасний стан фондових бірж України. Ефективна економіка. 2017. № 11.
10. Новые концепции ресурсосбережения в производстве стали. XIV Международный конгресс сталеплавателей и производителей металла: сборник трудов. URL: <http://xn--h1aagiciqk.xn--p1ai/novye-kontseptsii-resursosberezheniya-v-proizvodstve-stali>.
11. Monthly crude steel production. World Steel Association. URL: <https://www.worldsteel.org/en>.
12. Волкова А.В. Рынок стальных труб. Национальный исследовательский университет. Высшая школа экономики. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/202017.pdf>.
13. Щорічна звітність Інтерпайп НТЗ. Сміда. URL: <https://smida.gov.ua/about>.
14. ЕЭК продлила антидемпинговые пошлины на стальные трубы из Украины. Интерфакс. URL: <http://www.interfax.ru/business/511707>.
15. Продуктовый ряд «Інтерпайп НТЗ» // Офіційний сайт «Інтерпайп НТЗ». URL: <http://ntrp.interpipe.biz/about/about>.
16. Брошюра-каталог «Приводя мир в движение» // Сайт «Інтерпайп». URL: <http://interpipe.biz/upload/catalog/2014052423514233a51ddae1155e2ee1f9cd5d2585ff21.pdf>.
17. Куда впадает «Волга». Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/492461>.
18. ФАС России усмотрела в действиях Выксунского металлургического завода признаки нарушения антимонопольного законодательства. Столица Нижний. URL: <http://stnmedia.ru/news/7866>.
19. Работа в компании «Інтерпайп» // Офіційний сайт «Інтерпайп». URL: http://interpipe.biz/career/whyinterpipe/Rabota_v_kompanii.

ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ У РЕФЛЕКСИВНОМУ УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

TARGETING IN REFLEXIMENT MANAGEMENT BY DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

Жовковська Т.Т.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,

Тернопільський національний економічний університет

У статті розглянуто цілепокладання у рефлексивному управлінні розвитком підприємства. У теорії управління цілепокладання визначається як процес цілеспрямованого впливу системи управління на свій об'єкт для досягнення його ефективного функціонування і розвитку. Цілепокладання у рефлексивному управлінні розвитком підприємства забезпечує безперервний зв'язок між формалізованими моделями ситуації і реальним станом справ на підприємстві.

Ключові слова: цілепокладання, рефлексивне управління, ціль організації, зовнішнє середовище, розвиток, підприємство.

В статье рассмотрено целеполагание в рефлексивном управлении развитием предприятия. В теории управления целеполагание определяется как процесс целенаправленного воздействия системы управления на свой объект для достижения его эффективного функционирования и развития. Целеполагание в рефлексивном управлении развитием предприятия обеспечивает непрерывную связь между формализованными моделями ситуации и реальным положением дел на предприятии.

Ключевые слова: целеполагание, рефлексивное управление, цель организации, внешняя среда, развитие, предприятие.

The article deals with the goal-setting in reflexive management of the development of the enterprise. In the theory of goal-setting management is defined as the process of purposeful influence of the control system on its object to achieve its effective functioning and development. The goal-setting in reflexive management of the company's development provides a continuous link between formalized models of the situation and the real state of affairs in the enterprise.

Key words: goal setting, reflective management, organization goal, external environment, development, enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими

науковими чи практичними завданнями. Умовами ефективності активного об'єкта управління в економічних системах є досягнення необхідного ступеня узгодження цілей із ним, розроблення прийнятних для сприйняття, а в кращому разі мотивуючих, «образів» управлінських впливів на його діяльність для підвищення ефективності економічної системи у цілому. Тому в рефлексивних моделях управління розвитком підприємства система цілепокладання може поєднувати параметри цільових і небажаних станів підприємства у цілому і його окремих структурних компонент із позицій як керуючої системи (правління і вищої управлінської ланки), так і активних об'єктів управління (суб'єктів господарювання).

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідженню

рефлексивних моделей управління розвитком підприємства присвячено праці таких учених, як: С.А. Анісімова, А.А. Богданов, В.Є. Лепський, Є.В. Луценко, Ф.І. Перегудов, В.Н. Усов, С.Р. Філонович, Г.В. Широкова та ін.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є цілепокладання у рефлексивному управлінні розвитком підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням

отриманих наукових результатів. Відомий російський економіст, чия слава давно вийшла за межі й окремої країни, й окремої економічної науки, визначив ще на початку ХХ ст., що ключовою ідеєю організації, від якої залежать її устрій, і її розвиток, і система її взаємодій, є мета: «Організація має свою «мету» і відповідно до цієї мети влаштована» [2, с. 112–113].

У подальшому кібернетика розвинула цю думку про організацію, представивши її як сис-

тему, особлива взаємодія елементів (структурних складників) якої між собою і сприяє або не сприяє досягненню цілей організації. Працюючи в рамках кібернетичного підходу, сучасні вітчизняні економісти Є.В. Луценко та В.І. Лойко доводять у зв'язку із цим, що кожен окремий елемент системи, має тільки певну кількість інформації, якої недостатньо для усвідомлення, формулювання та досягнення цілей розвитку всієї системи [5]. Таку здатність системи до отримання нової якості на підставі узагальнення інформативних часток кожного елемента називають емерджентністю.

До пояснення, як розгортається діяльність організації, що впливає на досягнення нею цілей, а що виникає в її структурі, формі і методах роботи залежно від початкової цілі, долучився і ситуаційний підхід, ідея якого тут полягає у тому, що форми, методи, системи, стилі управління залежать від наявної ситуації, а тому суттєво відрізняються в різних організаціях, корегуючи їх цільові настанови.

Із цього ж підходу виросла, очевидно, й теорія організаційних метафор Герета Моргана, який запропонував свої моделі організаційної поведінки, враховуючи не тільки наявну ситуацію, а й неявні відбитки реальності та метафори, які відображають початкові цілі організації. За допомогою останніх він образно представив можливі моделі організацій як машину, організм, мозок, культуру, політичну систему, душевну в'язницю, потік та трансформацію. Далі він детально описав ключові стратегії, можливі організаційні зміни та обмеження, які ця метафорична характеристика накладає на організацію [6, с. 115]. Ця теорія в її практичному використанні дає змогу зрозуміти, що кожна модель організації та організаційної поведінки має: а) свої обмеження (вони самі встановлюються, коли організація набере достатньої сили та активності); б) свої плюси та мінуси (що означає, що для однієї й тієї ж організаційної моделі можна використовувати різні інструменти та методи).

У теорії управління цілепокладання також обґрунтовується як основний етап управлінського циклу, навіть більше – саме поняття управління в більшості наукових праць визначається як процес цілеспрямованого впливу системи управління на свій об'єкт для досягнення його ефективного функціонування і розвитку. Зауважимо, що якісно сформульована мета організації (системи) має відтворювати не тільки її завдання (поточні та перспективні), а й орієнтуватися на підтримання її цілісності, оптимального функціонування та розвитку.

Останнє означає, що бажаний, можливий та необхідний стан об'єкта управління й є завданням цілепокладання, на що, наприклад, указують і автори посібника з основ соціального управління, вважаючи цілепокладання процесом обґрунтування й формування цілей розвитку підприємства на основі аналізу споживчих

потреб у продукції, послугах виходячи з реальних можливостей їх найбільш повного задоволення [7].

Від того, наскільки повно та змістовно у цілях організації виражені потреби та інтереси всіх суб'єктів господарювання, які входять в орбіту діяльності організації (системи) (маємо на увазі споживачів, підрядників, партнерів, власників і т. ін.), можна зробити висновок про якість процесу цілепокладання.

Але цю повноту та змістовність неможливо визначити за допомогою формальних процедур. Ф.П. Перегудов та Ф.П. Тарасенко пропонують, наприклад, етапи цілепокладання співвідносити зі схемою системного аналізу і визначають їх як таку послідовність: визначення проблематики; виявлення цілей; визначення критеріїв, агентів та їхніх інтересів [8]. Сукупність цих етапів далі можна проаналізувати в категоріях цільового управління змінами [9, с. 166], за такими напрямками, як вектори розвитку і визначення загальних цілей організації, у тому числі місії і корпоративних (організаційних) цінностей. Наступним, більш вузьким напрямом аналізу має стати з'ясування критеріїв, завдань і стандартів управління на кожному рівні ієрархічної управлінської системи. Ще більш конкретним етапом аналізу має бути встановлення організаційних підрозділів, які безпосередньо здійснюють чи відповідають за той чи інший управлінський процес, меж їхньої взаємодії, а також за рахунок чого мають забезпечуватися зворотний зв'язок та передавання інформації від нижчих до вищих рівнів управлінської ієрархії.

Виходячи із цього, робимо попередній висновок, що основою цілепокладання має бути первинний аналіз обстановки в організації, моніторинг змін внутрішнього та зовнішнього середовища, аплікація теоретичних знань на фактичний стан підприємства і побудова прогнозів та можливих альтернатив розвитку організації. Тільки так цілепокладання може стати дієвим і конкретним інструментом впливу на суб'єктів господарювання, їх поведінку, прийняття рішень, ставлення до виконання своїх зобов'язань, зміну інтересів, цінностей, переконань, розуміння бізнес-процесів тощо.

Отже, якщо, засновуючись на системі цілей, організація створює функціональну структуру та вдосконалює й реорганізовує її задля їх досягнення, то процес цілепокладання можна вважати головною умовою ефективного розвитку організації (системи).

Реалізація системи цілей у реальному часі в процесі діяльності організації викликає до життя різні позиції, засоби та точки зору суб'єктів управління, спричинені різним баченням ситуації. Вони мають вплив на стратегічні та тактичні управлінські рішення, які або скорочують, або ускладнюють шлях організації до поставлених цілей. Розмірковуючи так, ми переміщуємося у сферу рефлексії та рефлексивного управління,

яке прийнято розуміти як постійне вирішення потоку проблем, породжених мінливим зовнішнім та внутрішнім середовищем і є результатом ітерації когнітивної та впливаючої функції свідомості. Когнітивна функція означає залежність від наявної ситуації, спливаюча – позицію над ситуацією, у результаті чого ситуацію можна змінити за допомогою суб'єктивного впливу [10, с. 7].

Такі загальні міркування про рефлексивний вплив насправді вміщуються у велике різноманіття концептуальних підходів і позицій щодо самого рефлексивного управління і ролі рефлексії в ньому (автори [10, с. 7] описують, наприклад, тільки деякі з них: «механізм вибору», «механізм ліквідації розривів у діяльності», «механізм зворотного зв'язку»), але визначають, що загальними базисом цього процесу все ж виступають мета організації та спосіб її обґрунтування.

Розглянемо далі більш детально деякі функції суб'єкта управління, які впливають чи можуть вплинути на процес цілепокладання в організації. Вони пов'язані, як ми вже зазначали вище, з когнітивними та впливаючими функціями свідомості.

Якщо керівництво організації свідомо конструює її образ і образи зовнішнього оточення, то принагідно воно усвідомлює зміст і способи власної активності щодо розвитку організації й щодо побудови взаємовідносин з оточенням. Фахівці називають це розгорнутою формою рефлексії [15], коли головні моменти прийняття рішень фіксуються особою, що приймає рішення, і стають т. зв. «реперними точками» в розвитку організації.

Якщо ж керівник приймає рішення щодо розвитку організації спонтанно, знаходячись у середині ситуації і керуючись власним досвідом, знаннями, перевагами, інтуїцією, то така рефлексія визначається як швидка і вона є породженням когнітивної свідомості.

У практиці управління використовуються обидві форми рефлексії, оскільки аналіз керівником наявних проблем відбувається і на основі знань про попередній стан справ організації, і на основі інтерпретації можливостей і способів (стратегій) розвитку підприємства, що дають змогу перейти з поточного стану в необхідний (або допустимий) за певний проміжок часу. Останнє якраз і дає змогу припустити, що важливим інструментом управлінської рефлексії виступає цілепокладання, за допомогою якого не тільки визначається бажаний стан організації, а й визначаються можливі шляхи та способи його досягнення.

Крім того, сам аналіз попереднього стану організації та відстеження динаміки її розвитку разом із суб'єктивною інтерпретацією її поточного стану та оцінками перспектив розвитку є джерелом рефлексії щодо управління розвитком організації.

Як ми вже зазначали вище, висновок керівництва про зміну стратегії розвитку організації

на підставі аналізу її поточного стану та попередньої історії розвитку є результатом усвідомленої рефлексії, коли керівник знаходиться над ситуацією, свідомо конструює та прораховує можливі варіанти розвитку подій. Усвідомлена рефлексія є корисним інструментом під час виявлення проблемних ситуацій, помилок, ризиків, закономірностей і тенденцій для розроблення концепції, підходів і методів управління розвитком.

Інтуїтивні ж передбачення керівництва про вірогідні помилки управління, проблеми чи загрози є результатом неусвідомленої рефлексії, яка відбувається імпульсивно і теж є корисною, коли необхідно оперативно відреагувати на ситуацію, скористатися моментом, щоб отримати перевагу в тому чи іншому процесі, зеконотити час тощо.

Відсутність інструментів рефлексивного управління або недостатнє їх використання зумовлюють дію багатьох деструктивних факторів у системі управління організацією, що заважають її поступу та досягненню цілей. Такими факторами можуть, наприклад, бути: порушення організаційної структури, негативне сприйняття нововведень персоналом, руйнування раціональної моделі управління та ін. Наслідками дії цих факторів можуть бути незрозумілі управлінські помилки, нездатність адекватно оцінювати загрози й проблемні ситуації, ризики, слабкий рівень контролю.

С. Кара-Мурза показує, якими є наслідки руйнування когнітивної структури управління організації: відбувається блокування рефлексії, що виражається у нездатності керівництва організації адекватно сприймати та оцінювати поточну ситуацію, нездатності ставити оперативні цілі та координувати дії працівників між собою і з зовнішнім оточенням [3].

Якщо ж керівництво організації спроможне обрати пріоритетну мету розвитку й обґрунтувати можливості організації цієї мети досягти, можна говорити про рефлексивний вибір і про те, що менеджмент прагне розробляти такі плани й програми розвитку, завдяки яким організація може досягти заздалегідь продуманого та обґрунтованого стану.

На рис. 1 ми спробували представити алгоритм цілепокладання на основі рефлексивного вибору керівника. Він виглядає так:

Як показано ще В. Лефевром [14], центральним механізмом управлінської рефлексії є співставлення наявної в організації ситуації та теоретичної програми менеджера. Остання, втілюючись у реальне життя, піддається корегуванню через певні перешкоди та ризики, через поступки та втрати, на які організація свідомо зважається, щоб урешті-решт перейти в якісно новий стан або суттєво поліпшити наявний.

Ризики можна прогнозувати так само, як і бажаний результат діяльності організації. У вступі до посібника з ризик-менеджменту

Д. Бірд та С. Коттерн зауважують, що за своєю природою ризики характеризуються прогнозовою ймовірністю настання певних подій, що супроводжуються втратами і відхиленнями в умовах і показниках завдань функціонування і цілей розвитку підприємства в рамках конкретних умов [13, с. 2]. Але оцінювати можливість їх настання на шляху розвитку організації (системи) можна, обов'язково враховуючи властивості тієї обстановки, яка очікується в результаті планованих в організації змін. Тобто менеджер розмірковує: що може статися, якщо ми використаємо той чи інший інструмент впливу, додамо в певний сектор роботи ресурсів, а якийсь сектор роботи взагалі скоротимо, оскільки для загальної мети організації він не має актуального значення.

Поняття обстановки використовується для інтерпретації умов зовнішнього середовища, їх впливу на підприємство і здатності (компетентності) підприємства протистояти, адаптуватися й отримати вигоду.

Інформаційне забезпечення для планування і розвитку підприємства також несе певні ризики, які викликані т. зв. «інтерференцією рефлексії – від тих, хто збирає інформацію, і відповідний рівень умінь її обробляти, узагальнювати та презентувати, до тих, хто передає і подає для остаточного рішення керівництву або інвестору. Ці ризики інформаційного забезпечення вкупі з додатковими тимчасовими ризиками розро-

блення, узгодження та завершення детально описані в [11, с. 54–60; 12, с. 4–14].

Автори вказаних робіт показують, що ризики й ставлення до них вищого керівництва та власників підприємства формують готовність до вибору g -ї цілі розвитку (формула 1):

$$R_g = r_g^1 + (1 - r_g^1) \cdot (1 - r_g^2) \cdot M(r_g, q_g), \quad (1)$$

де r_g^1 – характеризує поточну перевагу g -ї цілі для вищої управлінської ланки, виходячи з їх розуміння «найкращої траєкторії» розвитку й формулювання поточних умов (обстановки) зовнішнього середовища підприємства, що несуть у собі певні ризики;

r_g^2 – характеризує перевагу g -ї цілі на основі попереднього досвіду вищої управлінської ланки в процесі визначення мети й виконання цільових установок;

$M(r_g, q_g)$ – прогностична функція, яка відображає оцінку результату ситуації, що склалася у результаті вибору і реалізації прогностичної функції, яка відображає оцінку результату ситуації, що склалася в результаті вибору і реалізації g -ї цілі. При цьому відображає готовність внутрішніх суб'єктів господарювання (та його партнерів) прийняти q -у мету g -ї цілі, готовність внутрішніх суб'єктів господарювання (та його партнерів) прийняти q -у мету.

Автори показують, що для того, щоб виміряти кількісно цю готовність, далі необхідно перейти

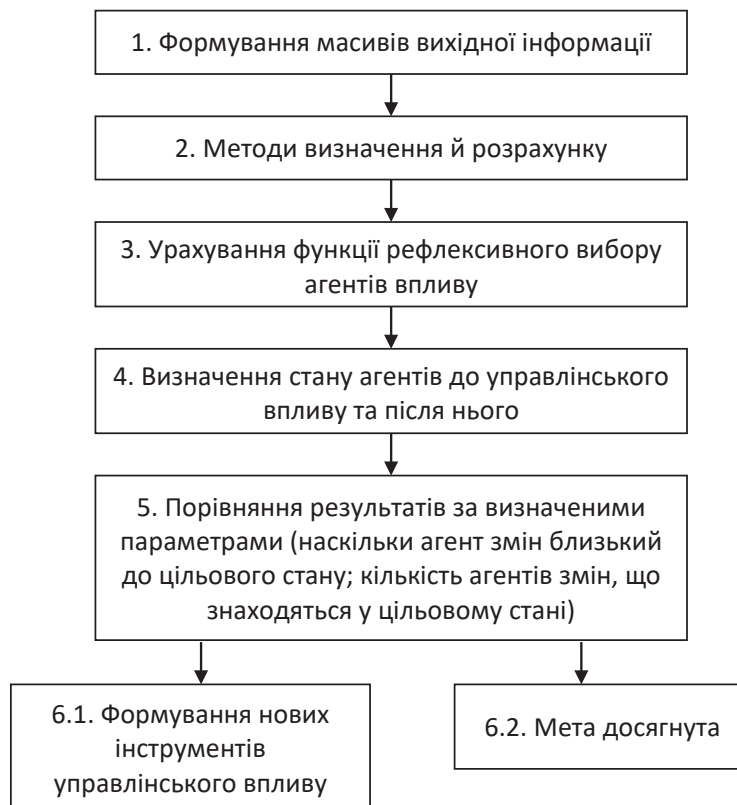


Рис. 1. Схема процесу цілепокладання з урахуванням рефлексії

до їх вірогіднісної інтерпретації. Тоді, визначають вони, R_g – імовірність, з якою вища управлінська ланка схильна до вибору g -ї цілі [1].

Слід виходити з того, що осмисленню та раціональному усвідомленню будь-яких процесів на підприємстві передують їх чуттєве та інтуїтивне сприйняття, яку автори [5] називають дискретним потоком елементів сприйняття й ознак об'єктів управління. Саме із цього потоку, стверджують вони, потім синтезуються причинно-наслідкові зв'язки, окреслюються контури управлінських ситуацій та формулюються певні настанови та складники майбутньої моделі чи стратегії розвитку.

Критерії ефективності, характеристики і показники розвитку, принципи та підходи до визначення цілей – ось ключові елементи, які осмислюються особою, що приймає рішення, у контексті можливого досягнення лідерських позицій підприємства у своїй галузі, секторі промисловості, економіці країни у цілому.

Разом із тим зауважимо, що тільки наслідування лідерів не є єдиною запорукою успіху, оскільки важливо враховувати і поточні фактори зовнішнього середовища (вони завжди є мінливими), організаційну культуру та систему обмежень та можливостей самої системи управління підприємства. Неоднаковим є й ставлення споживачів до виробників однієї галузі. Всі ці зауваги дають підстави для твердження, що споживча цінність продукції промислового підприємства є багато в чому суб'єктивною, яка не піддається чіткій формалізації.

Далі слід розглянути й організаційні відносини на самому підприємстві, які також можуть впливати на визначення його ключових цілей і напрямів розвитку. Якщо йти від конкретного до загального, то слід почати з конкретних агентів змін (маємо на увазі конкретних працівників), чия позиція на підприємстві може бути як конструктивною, тобто сприяти його подальшому розвитку, так і повністю або частково деструктивною (консервативною), спрямованою на закріплення наявного стану речей і сталих організаційних відносин.

Вертикальні та горизонтальні зв'язки всередині організації, відносини централізму чи автономії, субординації чи координації, відповідальності, змагальності тощо також впливають на управлінський процес у цілому і на всі його етапи, оскільки в їх основі завжди лежить зіткнення інтересів підприємства і економічних суб'єктів зовнішнього середовища, власників і менеджменту, менеджменту і працівників, різниця у сприйнятті цілей, розуміння ситуації, перспектив її розвитку, прихильність до різних управлінських технологій.

Є.В. Луценко та В.І. Лойко пропонують формулу для розрахунку витрат підприємства на заходи з досягнення цілей розвитку з урахуванням виникнення конфліктних ситуацій C_{ref} . Вона має такий вигляд [5] (формула 2):

$$C_{ref} = C_{rat} + S + D, \quad (2)$$

де C_{rat} – витрати на реалізацію заходів із досягнення цілей розвитку, які визначаються на основі раціональної моделі цілепокладання;

S – несприятливі впливи з боку суб'єктів зовнішнього середовища і втрати внаслідок зміни зовнішнього середовища;

D – збиток, що виникає через конфліктні відносини з контрагентами та конкурентами.

Із процесом цілепокладання нерозривно пов'язане і стимулювання, від якого прямо залежить ефективність управлінських процесів. Стимули у цьому разі слід розуміти як зовнішні та внутрішні, позитивні та негативні, матеріальні, духовні, свідомі та несвідомі, раціональні та ірраціональні.

На рис. 2 представлена схема рефлексивного управління, ускладнена ситуаційним підходом до прийняття управлінських рішень.

Етап цілепокладання, як бачимо з рисунка, виступає центральним моментом в управлінському циклі розвитку підприємства і базується він на результатах оцінки ефективності розвитку.

Передбачається, що зміни відбуваються постійно під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, проте «ситуація» як така розпочинається тільки з моменту усвідомлення менеджерами цих змін, після чого ініціюється завдання ідентифікації нової ситуації, її формалізації і розроблення дескриптивної моделі («образу») з якісними і кількісними характеристиками.

У реагуванні на поточні події і слабкі сигнали про можливості та загрози розвитку підприємства управлінський апарат керується моделлю попередньої ситуації, затвердженої раніше системою цілей і програмою їх реалізації.

Заплановані результати від реалізації кроків із розвитку підприємства часто можна знайти в його цільових програмах. Якщо з якихось причин реалізація того чи іншого пункту плану не відбувається, це вказує на наявність певних відхилень від запланованого результату або від очкуваного запланованого ефекту. Далі можна говорити про розбіжності між реальними умовами діяльності підприємства і моделлю, що буда закладена у цільову програму. Змінити умови діяльності шляхом перегляду, корегування та прийняття нових стратегій управління розвитком можна.

Через певний час рефлексія проявляється й через розуміння того, як «потрібно було» робити, і це вказує на те, що прийняті рішення по-новому осмислюються з погляду адекватності, релевантності та раціональності або враховуючи, що було до того, як рішення набрало сили, або яким є прогноз розвитку ситуації після прийнятого рішення. Зараз ці знання використовуються для вироблення більш реальних з позиції суб'єктів управління цілей, логічних і раціональних стратегій їх

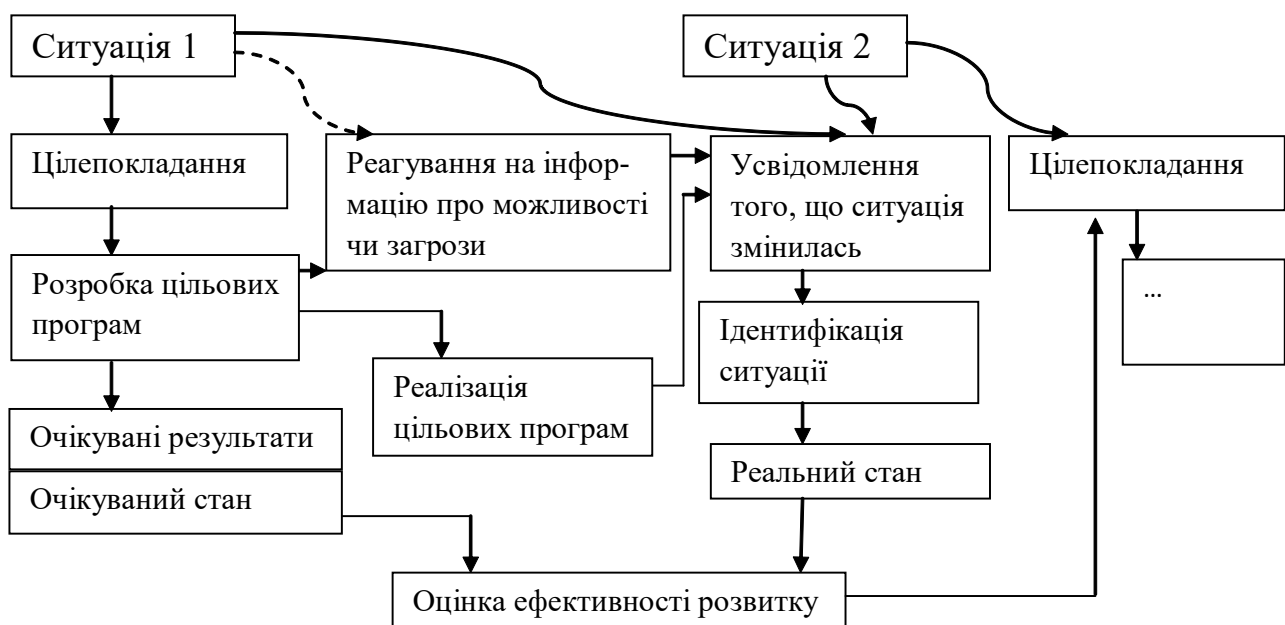


Рис. 2. Схема рефлексивного управління розвитком підприємства з урахуванням ситуаційного підходу

досягнення. Проте зворотним боком накопичених знань є управлінська інертність, відсталість економічної політики, опір нововведенням. Внутрішні мотиви, конфлікти цілей, інтересів і розуміння зовнішнього середовища і місця у ній підприємства, невизначеність і протиріччя у суб'єктивних уявленнях про «ідеальний» розвиток здатні значно відхилити постановку нових або переглянутих цілей від «правильної і необхідної» або найбільш наближеної до такої.

Разом із тим, негативним проявом рефлексивного ефекту є сумніви особи, що приймає рішення, коли отримані нею знання, й особливо негативний досвід, провокують зниження корисності необхідних заходів (проектів), сумніви у важливості і досяжності поставлених цілей, більш поглиблений економічний аналіз історії розвитку підприємства. Крім того, постійна рефлексія та подальший перегляд цільових настанов можуть збільшувати

тривалість проектів, зростання витрат на їх здійснення, втрату часу і зниження конкурентоспроможності у своїй галузі тощо.

Однак неконтрольоване блокування рефлексивного ефекту призводить до більшої схильності керівництва підприємства до прийняття рішень, що характеризуються високим ризиком.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, цілепокладання у рефлексивному управлінні розвитком підприємства забезпечує безперервний зв'язок між формалізованими моделями ситуації і реальним станом справ на підприємстві. Корегування та формування цілей стає можливим завдяки тому, що особа, яка приймає рішення, забезпечена постійно результатами ретроспективного аналізу (що було до того як), інформацією про реальний стан об'єкта, а також здатна сформулювати власне уявлення про цільове та очікуване в результаті роботи за накресленою схемою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Анисимова С.А. Анализ эпизода из романа Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы» на основе булевой модели рефлексивного выбора. Рефлексивные процессы и управление, 2004. № 2. Т. 4. С. 42–47.
2. Богданов А.А. Тектология: (Всеобщая организационная наука). В 2-х кн.: кн. 1. 1989. 304 с.
3. Кара-Мурза С. Подрыв рационального мышления и рефлексивное управление. Рефлексивные процессы и управление. 2003. № 2. Т. 3. С. 16–34.
4. Лепский В.Е. Проблемы субъектов российского развития. Рефлексивные процессы и управление. 2006. № 6. Т. 2. С. 5–20.
5. Луценко Е.В., Лойко В.И. Семантические информационные модели управления агропромышленным комплексом: монография. Краснодар: КубГАУ. 2005. 480 с.
6. Морган Г. Образы организации. 2008. 504 с.
7. Основы социального управления: учеб. пособ. / А.Г. Гладышев, В.Н. Иванов, В.И. Патрушев; под ред. В.Н. Иванова. М.: Высш. шк., 2001. 271 с.

8. Перегудов Ф.И. Введение в системный анализ М.: Высш. шк., 1989. 360 с.
9. Стевентен Х. Ключевые модели менеджмента. Методы и приемы управления, способствующие процветанию вашего бизнеса. М.: Бином. Лаборатория знаний, 2007. 232 с.
10. Усов В.Н. Рефлексивное управление: философско-методологический аспект: автореф. дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.01 «Онтология и теория познания». Екатеринбург: УрГУ им. А.М. Горького, 2008. 44 с.
11. Филонович С.Р. Использование моделей жизненного цикла в организационной диагностике. Социологические исследования. 2005. № 4. С. 53–64.
12. Широкова Г.В. Особенности формирования жизненных циклов российских компаний (эмпирический анализ). Российский журнал менеджмента. 2006. № 3. Т. 4. С. 3–26.
13. Byrd D.M., Cothorn C.R. Introduction to risk analysis. A systematic approach to science – based decision making. USA, Lanham: Government Institutes, The Scarecrow Press, 2000. 443 p.
14. Lefebvre V.A. The Fundamental Structures of Human Reflexion. Journal of Social and Biological Structures. 1987. № 10. P. 129–175.
15. Различные формы рефлексии. Market-journal.com. URL: <http://www.market-journal.com/voprosiupravleniya/63.html>.

ДІАГНОСТУВАННЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ

DIAGNOSIS OF THE TAX BURDEN INDUSTRY ENTERPRISE: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS

Колос І.В.

кандидат економічних наук, доцент, САР,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Національний університет харчових технологій

Бунь Б.А.

магістрант,
Національний університет харчових технологій

Розвинуто типологію методів оцінювання податкового навантаження шляхом доповнення запропонованими класифікаційними ознаками: формування податкового потенціалу, контрольна діяльність фіскальних органів, якість податкового планування й прогнозування. Встановлено за частотою згадувань фахівцями сукупність найбільш визнаних та активно використовуваних показників оцінювання податкового навантаження. Розроблено методику діагностування податкового навантаження промислового підприємства, у межах якої сформовано авторську систему аналітичних показників.

Ключові слова: податкове навантаження, методи оцінювання податкового навантаження, класифікація методів, показники податкового навантаження, діагностування податкового навантаження, промислове підприємство.

Развита типология методов оценки налоговой нагрузки путем дополнения предложенными классификационными признаками: формирование налогового потенциала, контрольная деятельность фискальных органов, качество налогового планирования и прогнозирования. Установлена по частоте упоминаний специалистами совокупность наиболее признанных и активно используемых показателей оценки налоговой нагрузки. Разработана методика диагностирования налоговой нагрузки промышленного предприятия, в рамках которой сформирована авторская система аналитических показателей.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, методы оценки налоговой нагрузки, классификация методов, показатели налоговой нагрузки, диагностирование налоговой нагрузки, промышленное предприятие.

Typology developed for the assessment of the tax burden by supplementing methods proposed classification features: the formation of the tax potential, the control activities of the fiscal authorities, the quality of tax planning and forecasting. The totality is set for the most recognized and actively used indicators to assess the tax burden on the frequency of references to experts. The method was developed for the diagnosis of the tax burden of the industrial enterprise. The system analytical indicators for evaluation tax burden is formed an author.

Key words: tax burden, methods of assessment of the tax burden, classification of methods, indicators of the tax burden, the tax burden diagnostics, industrial production.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах господарювання для поліпшення результатів функціонування і забезпечення сталого економічного розвитку на перспективу пріоритетним напрямом для вітчизняних промислових підприємств має стати пошук і запровадження раціональних методів зменшення податкового навантаження. Актуального значення набувають цілепокладання, перегляд, активний пошук, послідовність запровадження та поєднане використання при-

йнятних методів, оскільки це спрямовано на кінцеві результати функціонування. У зв'язку із цим постає проблема вибору раціональних методів оцінювання податкового навантаження з урахуванням максимального використання закладених переваг і одночасним нівелюванням обмежень із фокусуванням на пріоритетність досягнення бажаних результатів з урахуванням специфіки функціонування й унікальності технології виробництва. Виникає об'єктивна необхідність запровадження методів оцінювання податкового навантаження в управлінні сучасним

промисловим підприємством для здійснення заходів податкового планування з урахуванням легальних засобів, прийомів та способів для максимально можливого зменшення податкового тягаря. Для ухвалення раціональних управлінських рішень з орієнтацією на посилення фінансової стійкості використовуються результати всебічного діагностування функціонування промислового підприємства, у тому числі податкового навантаження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання

даної проблеми і на які спираються автори. В опублікованих працях фахівцями (науковцями, консультантами, практиками) з проблематики активного використання оцінювання податкового навантаження обґрунтовано базис дослідження:

– сутність податкового навантаження у широкому розумінні і з позиції фінансово-економічних відносин як фіскальний та ціновий показник [1, с. 284–285];

– сукупність методів оцінювання податкового навантаження, що різняться впорядкованою системою податкових індикаторів й інтегральним критерієм [2, с. 526–528; 3, с. 19–21; 4, с. 43–46].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проблема систематизації методів оцінювання податкового навантаження промислового підприємства є багатомірною і до кінця не вирішеною. Важливим і водночас складним питанням є обґрунтування раціональної кількості показників для оцінювання рівня податкового тиску на підприємство. Це зумовлює необхідність з'ясування методів і показників/індикаторів оцінювання й діагностування податкового навантаження, їх супідрядності та спрямованості дії на результат функціонування промислового підприємства для прийняття раціональних управлінських рішень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних аспектів діагностування податкового навантаження сучасного промислового підприємства з фокусуванням на дотриманні податкового законодавства. Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення наукових завдань: на основі аналізу опублікованих праць дослідників установити сукупність поширених методів оцінювання податкового навантаження й упорядкувати їх класифікацію; сформувати методику для проведення діагностування податкового навантаження промислового підприємства.

У ході дослідження використано такі методи і прийоми: критичного аналізу й узагальнення теоретичних досліджень (для встановлення сукупності поширених методів і показників/індикаторів оцінювання податкового навантаження); структурно-логічного аналізу, групу-

вання, системний метод (для встановлення рівнів податкового навантаження, відбору аналітичних показників податкового навантаження підприємства, виявлення причинно-наслідкових взаємозв'язків між ними); опитування, структурно-логічного аналізу, групування, системний метод (для відбору системи показників діагностування податкового навантаження промислового підприємства); процесний і системний підходи (для розроблення методики діагностування податкового навантаження). Водночас використано загальнонаукові методи наукових досліджень: синтезу, індукції, дедукції, системного аналізу, монографічний метод.

Теоретичною основою наукового дослідження слугували сучасні друковані наукові праці вчених у сфері оподаткування, обліку та менеджменту, опубліковані статті в наукових збірниках і періодичних виданнях, ресурси мережі Інтернет із проблематики оцінювання й діагностування податкового навантаження, а також база даних, яку зібрано в процесі виконання науково-дослідної теми «Методологічні особливості системи обліку, аналізу та контролю результатів функціонування підприємств харчової промисловості на засадах ощадливості».

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Коректне оцінювання податкового навантаження сучасного промислового підприємства неможливе без систематизації методів і показників/індикаторів, які враховують норми чинного законодавства й особливості діяльності підприємства. Систематизація методів оцінювання податкового навантаження в управлінні бізнесом дає можливість установити рівень тиску на підприємства окремого сектору економіки, у тому числі на конкретного суб'єкта господарювання. Це допомагатиме визначати завдання менеджерам, а також контролювати та стимулювати ефективно їх виконання щодо генерування грошового потоку і поліпшення економічного стану і фінансової стійкості підприємства.

Типологія передбачає наукове систематизування за спільними якісними ознаками сукупності методів, зокрема оцінювання податкового навантаження. Логічним підґрунтям виділення методичних підходів до типології методів у теоретичному аспекті дослідження доцільно вважати особливості характеристик з урахуванням очікуваного результату. Водночас практичне значення проявляється через формування взаємоузгодженої системи показників оцінювання податкового навантаження для забезпечення ефективного управління промисловим підприємством із використанням легальних заходів мінімізування суми податків і фокусуванням на наповнення бюджету. Це передбачає чітке обґрунтування ознак типології як системи множин.

Критичний аналіз опублікованих результатів досліджень дав змогу встановити визнання таких методів оцінювання податкового навантаження

за рівнями фіскального регулювання: на рівні держави (загальнодержавне податкове навантаження); на місцевому рівні (місцеве податкове навантаження) [4, с. 43–46; 5, с. 26–27]. У межах цієї класифікації забезпечується значущість кожного методу і взаємозв'язок між ними, що дасть змогу розробляти й обґрунтовувати практичні заходи із цільовою орієнтацією на досягнення бажаного рівня податкового навантаження діяльності суб'єкта господарювання з урахуванням регіональних особливостей ведення бізнесу і податкового клімату. Водночас В. Савченко і А. Лось відзначають важливість і необхідність оцінювання податкового навантаження на макrorівні і регіональному рівні [5, с. 27].

Обґрунтованою є позиція щодо класифікації методів в розрізі одиниць вимірювання/оцінювання за: (1) абсолютним підходом; (2) відносним підходом [5, с. 26]. Така класифікація методів оцінювання податкового навантаження є доречною, оскільки дає змогу більш повно представити результати фіскального тиску й ураховує рівнозначність і взаємозалежність абсолютних і відносних показників.

Науково виваженою є логічна пропозиція методів оцінювання податкового навантаження на мікрорівні [3, с. 21–23]: (1) застосування коефіцієнта сукупного податкового навантаження (КСПН), що характеризує реальне податкове навантаження підприємства або групи підприємств; (2) розрахунок коефіцієнтів навантаження за кожним податком, збором окремо й узагальнювати їх значення в єдиний синтетезований. Така класифікація дає змогу здійснити цілеспрямований вибір методів для оцінювання податкового навантаження з орієнтацією на зменшення рівня фіскального навантаження у ході обґрунтування й ухвалення коректних заходів на перспективу і застосування відповідних методів податкового планування.

Слушним є групування методів оцінювання податкового навантаження за джерелом відшкодування податків з урахуванням вимог чинного законодавства: виручка, операційні витрати, прибуток [3, с. 21–23; 4, с. 43–46; 6, с. 241–242; 7, с. 249].

Л. Новосельська [6, с. 240–243], ґрунтуючись на вимогах рекомендацій фіскальних органів, пропонує оцінювання рівня податкового навантаження окремого платника податку здійснювати за: (1) податком на прибуток і податком на додану вартість; (2) за прямими і непрямими податками в доходах і витратах підприємства. Такий підхід дає змогу встановити реальне податкове навантаження і здійснити порівняння фактичного рівня податкового навантаження з бажаним/запланованим, зіставлення з фактичним рівнем фіскального навантаження національної економіки, у межах сектору економіки, лідера ринку або виду економічної діяльності.

Н. Ткачук [8, с. 124–125] систематизує методи оцінювання податкового навантаження за комплексом відносних показників у розрізі таких груп: (1) загальне податкове навантаження; (2) податкове навантаження з податку на додану вартість; (3) податкове навантаження з податку на доходи фізичних осіб; (4) податкове навантаження з податку на прибуток підприємства. Представлена модель є науково обґрунтованою з позиції встановлення рівня податкового навантаження для коректного впливу держави на суб'єктів національної економіки через механізм податкового регулювання.

Заслуговує на розгляд модель розрахунку індексу податкового навантаження як середньо-арифметичного результату методів визначення податкового навантаження (1) за відношенням до доданої вартості; (2) за відношенням до прибутку підприємства; (3) непрямих податків за відношенням до доходу; (4) на фонд оплати праці [1, с. 286–287]. Така розробка може бути корисною для першочергового встановлення й розгляду рівня податкового навантаження з позиції ризику порушення вимог податкового законодавства, а також дає змогу здійснювати групування платників податків за масштабом господарської діяльності. Обмеженням такої моделі можна вважати відсутність можливості оцінювання реального податкового навантаження.

Цікавим підходом до структурування методів оцінювання податкового навантаження є виокремлення групи методів оцінювання податкового навантаження на живу працю у розрізі підгруп: (1) за відношенням до загальної чисельності персоналу; (2) за відношенням до чисельності робітників [7, с. 249–254]. Така класифікація враховує значення персоналу в досягненні результатів функціонування і наповненні бюджету.

За результатами вивчення й узагальнення науково-прикладних досліджень запропоновано включити охарактеризовані ознаки систематизації методів оцінювання податкового навантаження до загальної типології з виокремленням базових класифікаційних ознак: рівень фіскального регулювання і вплив на фінансовий результат.

У межах проведеного дослідження запропоновано розвинути типологію методів оцінювання податкового навантаження шляхом доповнення такими ознаками [9, с. 341–343]: (1) за формуванням податкового потенціалу, що даватиме змогу сформуванню максимально можливої суми податкових надходжень до бюджету з максимально можливим урахуванням податкових пільг відповідно до вимог чинного податкового законодавства; (2) за ознакою контрольної діяльності фіскальних органів, що спрямовуватиме всі дії на мінімізацію штрафних санкцій аж до ліквідації; (3) за ознакою якості податкового планування й прогнозування, що сприятиме своєчасному обґрунтуванню дієвих заходів із фокусуванням на досягнення бажаних запланованих результатів функціонування.

Розроблена типологія методів (табл. 1) дає змогу визначитися з доречними методами для запровадження промисловим підприємством із цілеспрямованим досягненням раціонального рівня податкового навантаження. Доцільно зауважити, що кожна група методів містить певну їх кількість, яка включає окрему систему податкових індикаторів.

За результатами критичного аналізу тематичних видань теоретико-прикладного спрямування виокремлено мету й основні завдання та запропоновано методіку діагностування податкового навантаження. Так, метою діагностування податкового навантаження доцільно визнати встановлення фактичного рівня податкового навантаження і розроблення комплексу заходів, спрямованих на його мінімізацію з урахуванням вимог і норм чинного законодавства. Серед завдань діагностування податкового навантаження виділено такі основні: (1) ідентифікація податкового навантаження; (2) пошук проблем і розроблення заходів щодо зменшення податкового навантаження; (3) систематизація заходів з орієнтацією на посилення фінансової стійкості.

Запропоновано авторську методіку діагностування податкового навантаження промислового підприємства, яка реалізується у п'ять етапів за такою послідовністю [10, с. 5–6]: (1) визначення переліку показників; (2) обґрунтування джерел інформації; (3) розроблення інформаційних моделей для показників оцінювання податкового навантаження; (4) встановлення фактичного рівня податкового навантаження; (5) розроблення альтернативних управлінських рішень.

Так, на першому етапі здійснюється визначення переліку показників оцінювання податкового навантаження промислового підприємства. Дискусійним є положення щодо обґрунтування показників для оцінювання податкового навантаження, їх кількості та методики розрахунку. Огляд науково-практичної літератури виявив різні методичні підходи до побудови системи індикаторів діагностування податкового навантаження діяльності суб'єктів господарювання. Моніторинг наукового підґрунтя щодо активного поширення показників оцінювання податкового навантаження засвідчує, що дослідниками пропонується до використання сукупність різних індикаторів (табл. 2).

Узагальнюючи представлені результати, необхідно відзначити за частотністю згадувань найбільш визнаними такі показники: податкове навантаження (57,1%), податкове навантаження з податку на прибуток підприємства (42,9%), коефіцієнт ефективності оподаткування (28,6). Водночас слід зауважити, що податкове навантаження пропонується оцінювати як за прямими, так і непрямими податками [6, с. 240–243].

Запропоновано використання єдиного формату опису показників для їх однозначного розуміння і коректного використання, що включає: найменування показника; мету; формулу для розрахунку; порівняльні показники (державний рівень, секторальний рівень, регіональний рівень); джерело інформації; орієнтовне, критичне та фактичне значення; відхилення, причину виникнення і наслідки. Доцільним є використання таких основних показників: податкове навантаження за прямими і непрямими подат-

Таблиця 1

Типологія методів оцінювання податкового навантаження [1–9]

Класифікаційна ознака	Група методів
Рівень фіскального регулювання*	– міжнародний – національний – регіональний – секторальний – підприємства
Вплив на фінансовий результат*	– прямий – непрямий
Одиниця виміру	– за абсолютним підходом – за відносним підходом
Джерело відшкодування податку з урахуванням вимог чинного законодавства	– виручка – операційні витрати – прибуток
Врахування значення персоналу підприємства в наповненні бюджету	– податкове навантаження на загальну чисельність персоналу – податкове навантаження на робітників
Формування податкового потенціалу**	– на засадах ефективної ставки оподаткування – за індексом податкового потенціалу
Контрольна діяльність фіскальних органів**	– ефективність контрольної діяльності – рівень приховування податків
Якість податкового планування й прогнозування**	– податкова активність – податкова дисципліна – пільгове оподаткування

Примітка: * – базові класифікаційні ознаки, ** – доповнені авторами класифікаційні ознаки.

**Сукупність показників оцінювання податкового навантаження
у працях дослідників [1; 6–8; 11–20]**

Показники / індикатори	Автори														Частота використання, %	
	М. Новіков [1, с. 285-288]	Л. Новосельська [6, с. 240-245]	Т. Меліхова [7, с. 248-251]	Н. Ткачук [8, с. 124]	Н. Захарова, В. Тараненко, К. Хіміч [11, с. 163]	Н. Малініна [12, с. 171-172]	О. Гордєєва [13]	О. Вагаманюк [14, с. 161-164]	О. Олійник [15, с. 288-291]	Є. Кірова [16]	А. Кадущин, Н. Михайлова [17]	О. Кузнєцова [18]	А. Соколовська [19, с. 288]	О. Фрадинський [20, с. 79-81]		
Податкове навантаження	x	x	x	x	-	-	-	-	-	-	x	x	x	x	8	57,1
Податкове навантаження з податку на додану вартість	-	x	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	14,3
Податкове навантаження з податку на прибуток підприємства	x	x	-	x	-	x	x	x	-	-	-	-	-	-	6	42,9
Податкове навантаження з податку на доходи фізичних осіб	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Податкове навантаження непрямих податків за відношенням до валового доходу	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Коефіцієнт оподаткування виручки	-	-	-	x	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	3	21,4
Рівень податкового навантаження витрат	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Коефіцієнт податкового навантаження на фінанси підприємства	-	-	-	-	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	2	14,3
Коефіцієнт податкового навантаження на власний капітал	-	-	-	-	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	2	14,3
Коефіцієнт податкового навантаження на живу працю для податків, зборів, плати, внесків, мита за відношенням до індексу загальної чисельності персоналу	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Податкове навантаження податків на фонд оплати праці за відношенням до собівартості продукції	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Абсолютне податкове навантаження	-	-	x	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	2	14,3
Чистий податковий тягар	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	1	7,1
Індекс загального податкового навантаження	x	-	-	-	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	3	21,4
Питома вага податку в структурі податкових платежів	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Податкомісткість	-	-	-	x	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	3	21,4
Коефіцієнт використання податкової бази	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7,1
Коефіцієнт ефективності оподаткування	-	-	-	x	-	x	x	-	-	-	-	-	-	x	4	28,6
Ефективна ставка оподаткування	-	-	-	-	-	x	x	-	x	-	-	-	-	-	3	21,4

ками, податкомісткість, коефіцієнт ефективності оподаткування, питома вага податку в структурі податкових платежів.

У межах другого етапу обґрунтовано перелік джерел інформації (конкретних форм податкової і фінансової звітності, облікових реєстрів, первинних документів; спеціальних обстежень; статистичних даних) для подальшого форму-

вання інформаційних моделей і проведення коректного розрахунку показників діагностування податкового навантаження.

На третьому етапі розроблено інформаційні моделі для показників оцінювання податкового навантаження із зазначенням розрахункових формул показників і джерел інформації за відібраною сукупністю показників.

Реалізація четвертого етапу передбачає встановлення фактичного рівня податкового навантаження із зазначенням утрачених можливостей використання легітимних шляхів податкового планування, що не суперечить чинному законодавству. У ході розрахунку діагностується у динаміці податкове навантаження у розрізі рівня економіки: державного, секторального, регіонального, окремого суб'єкта господарювання. Для контролю досягнення критичного рівня значення показників використано метод графічного моделювання. Візуалізація результатів діагностування податкового навантаження сприяє зменшенню часу для їх розгляду і дає змогу зосередитися на виокремленні альтернативних заходів щодо зменшення податкового навантаження.

На п'ятому етапі здійснюється розроблення альтернативних управлінських рішень щодо зменшення податкового навантаження на результаті функціонування підприємства з виділенням можливих позитивних і негативних наслідків на найближчу і стратегічну перспективи.

Запровадження і використання запропонованої методики діагностування податкового навантаження дає змогу ухвалювати виважені управлінські рішення з орієнтацією на посилення фінансової стійкості промислового підприємства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У роботі проведено теоретичне узагальнення науково-методичних підходів до оцінювання й діагностування податкового навантаження промислового підприємства.

У межах проведеного дослідження здійснено спробу впорядкованого типологічного опису поширених у практиці методів оцінювання податкового навантаження. Обґрунтовано дієвість окремого методу оцінювання податкового навантаження з позиції несуперечливості нормам чинного законодавства і забезпечення прийняттого рівня фіскального навантаження на діяльність промислового підприємства.

За результатами конструктивно-критичного аналізування методичних підходів до оцінювання податкового навантаження і виконаного авторського дослідження дістала подальшого розвитку типологія методів оцінювання податкового навантаження, яка ґрунтується на класифікаційних ознаках (рівень фіскального регу-

лювання; одиниця вимірювання/оцінювання; джерело сплати податків; вплив на фінансовий результат) і доповнена додатковими ознаками класифікації (формування податкового потенціалу, контрольна діяльність фіскальних органів, якість податкового планування й прогнозування). У розрізі класифікаційної ознаки аргументовано перелік груп методів і спрямований результат від запровадження у практику.

Проведені дослідження дали підставу теоретично встановити за частотою згадувань вітчизняними фахівцями сукупність найбільш визнаних і активно використовуваних показників оцінювання податкового навантаження: податкове навантаження, податкове навантаження з податку на прибуток підприємства, коефіцієнт ефективності оподаткування. Використання частоти згадувань в опублікованих працях для відбору показників має суб'єктивний характер, що може вплинути на повноту системи і суперечливість в оцінюванні й діагностуванні, тому необхідно ретельно вивчати результати наукових досліджень за цим напрямом на постійній основі.

Сформовано авторську систему аналітичних показників діагностування податкового навантаження: податкове навантаження за прямими і непрямими податками, податкомісткість, коефіцієнт ефективності оподаткування, питома вага податку в структурі податкових платежів. Запропоновано використання єдиного формату опису показників оцінювання податкового навантаження. Рекомендовано виконувати розрахунки в динаміці в розрізі рівня економіки: державний, секторальний, регіональний, окремого суб'єкта господарювання.

Розроблено методику діагностування податкового навантаження промислового підприємства, реалізація якої передбачає виконання п'яти етапів: (1) визначення переліку показників; (2) обґрунтування джерел інформації; (3) розроблення інформаційних моделей для показників оцінювання податкового навантаження; (4) встановлення фактичного рівня податкового навантаження; (5) розроблення альтернативних управлінських рішень.

Подальший науковий пошук доцільно спрямувати на розроблення й обґрунтування системи податкового планування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Новіков М.А. Порівняльний аналіз методик визначення податкового навантаження та шляхи їх удосконалення. Сталій розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. С. 284–285. URL: http://lukyanenko.at.ua/_ld/5/595____.pdf (дата звернення: 14.09.2017).
2. Мельник О.В. Методи оцінки податкового навантаження на рівні організації. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 525–529. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/111.pdf> (дата звернення: 05.01.2018).
3. Малишкін О. Коефіцієнт податкового навантаження на мікрорівні: розрахунок та застосування. Бухгалтерський облік і аудит. 2015. № 1. С. 18–25.
4. Панура Ю.В. Інноваційні підходи до оцінювання податкового навантаження в умовах економічної нестабільності. Проблеми науки. 2012. № 10. С. 42–47.

5. Савченко В.Ф., Лось А.Ф. Оцінка рівня податкового навантаження в Україні. Економічний часопис-XXI. 2011. № 9–10. С. 25–28.
6. Новосельська Л.І. Методи оцінювання рівня податкового навантаження на підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.10. С. 239–244.
7. Меліхова Т.О. Удосконалення методів аналізу податкового навантаження господарської діяльності підприємств. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. Вип. 17. С. 248–255.
8. Ткачук Н. Вплив податкового навантаження на діяльність суб'єктів господарювання в умовах реформування фінансової системи України. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 4. С. 121–128.
9. Колос І.В., Бунь Б.А. Типологія методів оцінювання податкового навантаження промислового підприємства. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Луцьк, 7 грудня 2017 р.). Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. Ч. 3. С. 340–344.
10. Бунь Б., Колос І. Методичні підходи до оцінювання податкового навантаження промислового підприємства. Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством: матеріали ІХ міжнар. наук.-практ. конф. (Луцьк, 23–24 червня 2017 р.). Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. Вип. 8. С. 5–6.
11. Захарова Н.І., Тараненко В.Є., Хімич К.І. Критерії оцінювання фіскальної ефективності місцевого оподаткування. Вісник ДДФА: Економічні науки. 2012. № 2. С. 162–170. URL: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/1314/1/9_%D0%97%D0%B0%D1%85%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%2C%20%D0%A2%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%2C%20%D0%A5%D1%96%D0%BC%D1%96%D1%87.doc (дата звернення: 05.01.2018).
12. Малініна Н.М Система показників оцінювання ефективності оподаткування у сільському господарстві. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 8. Ч. 5. С. 169–172.
13. Гордеева О.В. Оценка эффективности налоговой политики. URL: <https://www.lawmix.ru/bux/78437> (дата звернення: 05.01.2018).
14. Ватаманюк О.С. Методика та прагматизм розрахунку податкового навантаження на великих платників податків України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 9–1. Ч. 1. С. 160–164.
15. Олійник О.І. Податкове навантаження: проблеми оцінювання у лісовому господарстві. Науковий вісник НЛТУ України. 2015. Вип. 25.4. С. 286–292.
16. Кирова Е.А. Налоговая нагрузка: как ее определять? URL: <https://www.lawmix.ru/bux/29640> (дата звернення: 05.01.2018).
17. Кадушин А., Михайлова Н. Насколько сильно налоговое бремя. URL: http://www.cfin.ru/taxes/how_much_taxes.shtml (дата звернення: 24.01.2018).
18. Кузнецова О.Н. Налоговая нагрузка на предприятие и способы ее оптимизации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/nalogovaya-nagruzka-na-predpriyatie-i-sposoby-ee-optimizatsii> (дата звернення: 05.01.2018).
19. Соколовська А.М. Податкова система держави: теорія і практика становлення. Київ: Знання-Прес, 2004. 454 с.
20. Фрадинський О.А. Поняття податкового навантаження та підходи до його визначення. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. № 1. Т. 1. С. 79–82.

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

INNOVATIVE PROVISION FOR LONG-TERM ECONOMIC SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES

Бойко Г.Ф.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний транспортний університет України

Компанець К.А.

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет

У статті розглянуто формування іноваційної діяльності підприємств у сучасних мінливих економічних умовах. Доведено, що в управлінській сфері інновації більшою мірою впливають на економічні показники, ніж техніко-технологічні інновації. Представлено системи управління іноваційними процесами. Запропоновано заходи щодо переходу підприємств на іноваційно-інвестиційну модель розвитку виробництва.

Ключові слова: іноваційний потенціал, іноваційно-інвестиційна модель, управління підприємствами, економічна ефективність, конкурентоспроможність.

В статье рассмотрено формирование инновационной деятельности предприятий в современных меняющихся экономических условиях. Доказано, что в управленческой сфере инновации в большей степени, чем технико-технологические инновации, влияют на экономические показатели. Представлена система управления инновационными процессами. Предложены мероприятия по переходу предприятий на инновационно-инвестиционную модель развития производства.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновационно-инвестиционная модель, управление предприятиями, экономическая эффективность, конкурентоспособность.

The article deals with the formation of innovation activity of enterprises in modern changing economic conditions. It is proved that in the managerial field, innovations to a greater extent than technical and technological innovations, affect the economic performance of such. Represented systems of management of innovative processes. The proposed measures of transition of enterprises to the innovation-investment model of production development.

Key words: innovation potential, innovation-investment model, enterprise management, economic efficiency, competitiveness.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Світові тенденції на практиці підтвердили, що подальший розвиток економіки забезпечується, передусім, конкурентоспроможністю іноваційного потенціалу суспільства і здатністю трансформувати його в позитивний комерційний результат.

Необхідність упровадження інновацій у діяльність підприємств України стимулюють конкурентна боротьба і ціла низка інших вимог ринку. Важливість їх використання також зумовлюється мінливими вимогами споживачів. Упровадження і дифузія інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства. Сучасний розвиток підприємств спрямований на створення іноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості про-

дажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства.

У розвинутих країнах частка нових й удосконалених товарів, техніки і технологій становить понад 70% приросту ВВП. Україна належить до тих країн, чий рівень економічного стану не відповідає ступеню науково-технічного розвитку та освітнього потенціалу. Аналіз роботи підприємств України показує, що сьогодні зберігається тенденція падіння іноваційної активності виробничої сфери (табл. 1).

Зменшення обсягу впровадження інновацій призводить до зниження технологічної конкурентоспроможності, що зменшує можливості просування продукції підприємств на ринки збуту.

Цілком очевидно, що введення іноваційних технологій стало невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства, а також сприяє поліпшенню якості обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Питання інноваційно-інвестиційної моделі розвитку підприємств обґрунтовується необхідністю переходу від індустріальної (інженерної) моделі розвитку до інноваційної, що зумовлюється необхідністю пошуку ефективних форм поширення інновацій.

Дослідженню теоретичних і практичних основ інноваційно-інвестиційної моделі розвитку підприємств присвячено багато праць В.П. Александрова, Ю.М. Бажала, В.М. Геєця, М.Л. Гончарова, Т. Гринько, Н.О. Маргіта, О.Л. Мицишин, І.М. Миценко, Х.П. Стельмах та ін.

Сьогодні немає чіткого пояснення, що входить до іноваційного портфелю потенціалу розвитку підприємств. Так, Т. Гринько розглядає іноваційний потенціал як сукупність природних і трудових ресурсів, організаційних та інформаційних компонентів, матеріальних умов [1, с. 56]. Тим самим автор не дає чіткого роз'яснення, що саме він розуміє під поняттями організаційних та інформаційних компонентів.

О.Л. Мицишин та Х.П. Стельмах дають визначення іноваційного потенціалу: інтелектуальні ресурси (патенти, ліцензії, технологічна документація тощо); матеріальні ресурси (технологічне та лабораторне устаткування); фінансові ресурси (власний, позичковий, венчурний капітал тощо); трудові ресурси (кваліфіковані кадри), інфраструктурні ресурси (техніко-технологічні підрозділи, патентно-правові відділи тощо) [2, с. 315].

Інновації пов'язують із процесом технологічної модернізації, переоснащення, вдосконалення виробництва, внаслідок чого набувають специфічні, не існуючі досі характеристики та комбінації, що забезпечують розширення асортименту й урізноманітнення благ для задоволення потреб суспільства [3, с. 90].

Незважаючи на значну кількість наукових розробок із досліджуваної проблематики, низка теоретичних і практичних питань залишається недостатньо опрацьованою. Так, не повною мірою розкрито питання іновацій у сфері транспортно обслуговування, що сьогодні дуже стрімко розвивається.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статі є вдосконалення теоре-

тичних основ і розроблення методичних засад із формування інноваційного забезпечення довгострокової економічної стійкості підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Інноваційна модель дає можливість якнайшвидше знаходити, оцінювати та використовувати інновації як об'єкт інтелектуальної власності. Низькі показники результативності іноваційного процесу є результатом відсталої іноваційної стратегії, недосконалої організації роботи з виявлення, вивчення та впровадження прогресивних інновацій на підприємствах.

Одним з актуальних завдань розвитку іноваційно-інвестиційної діяльності є створення іноваційного попиту в Україні. Інноваційних проектів украї недостатньо, крім того, 80% із них є необґрунтованими маркетинговими прогнозами [4]. Це пояснюється тим, що розвиток виробництва не був продиктований іноваційним ринковим попитом, а наявні кошти витрачені на здійснення малоперспективних проектів і програм.

Застаріла й недосконала система управління іноваційною діяльністю на підприємствах України є основним гальмом інтенсифікації виробництва і забезпечення економічної стійкості. На поточний момент тільки 1/6 підприємств України впроваджує іновації [5].

Здійснення іноваційної діяльності потребує значних витрат ресурсів. У більшості підприємств немає вільних коштів для здійснення іноваційної діяльності, а великі ставки банківських відсотків за кредит роблять його практично недоступним для більшості підприємств. Це спонукає використовувати передусім упроваджені іноваційні розробки. Витрати на запозичені іноваційні розробки в 5–10 разів менші, ніж самостійні розробки, що дає значний вигравш у часі. Тому для конкурентоспроможного функціонування галузей економіки України в сучасних умовах особливого значення набувають безінвестиційні резерви росту ефективності виробництва – запозичення впроваджених іновацій.

При цьому важливим є застосування триніomialної моделі, яка широко використовується в маркетингових дослідженнях під час аналізу ризику і дає змогу оцінити результати за трьома шляхами: песимістичним, реалістичним та опти-

Таблиця 1

Основні показники іноваційної діяльності підприємств України

Найменування показників	Роки								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1. Кількість підприємств, що впроваджували іновації	2181	1503	1491	1503	1506	1120	1120	958	999
2. Частка в загальній кількості підприємств, %	26,0	15,1	14,8	14,3	14,6	11,5	11,5	10,0	8,9

Джерело: складено на основі даних [6]

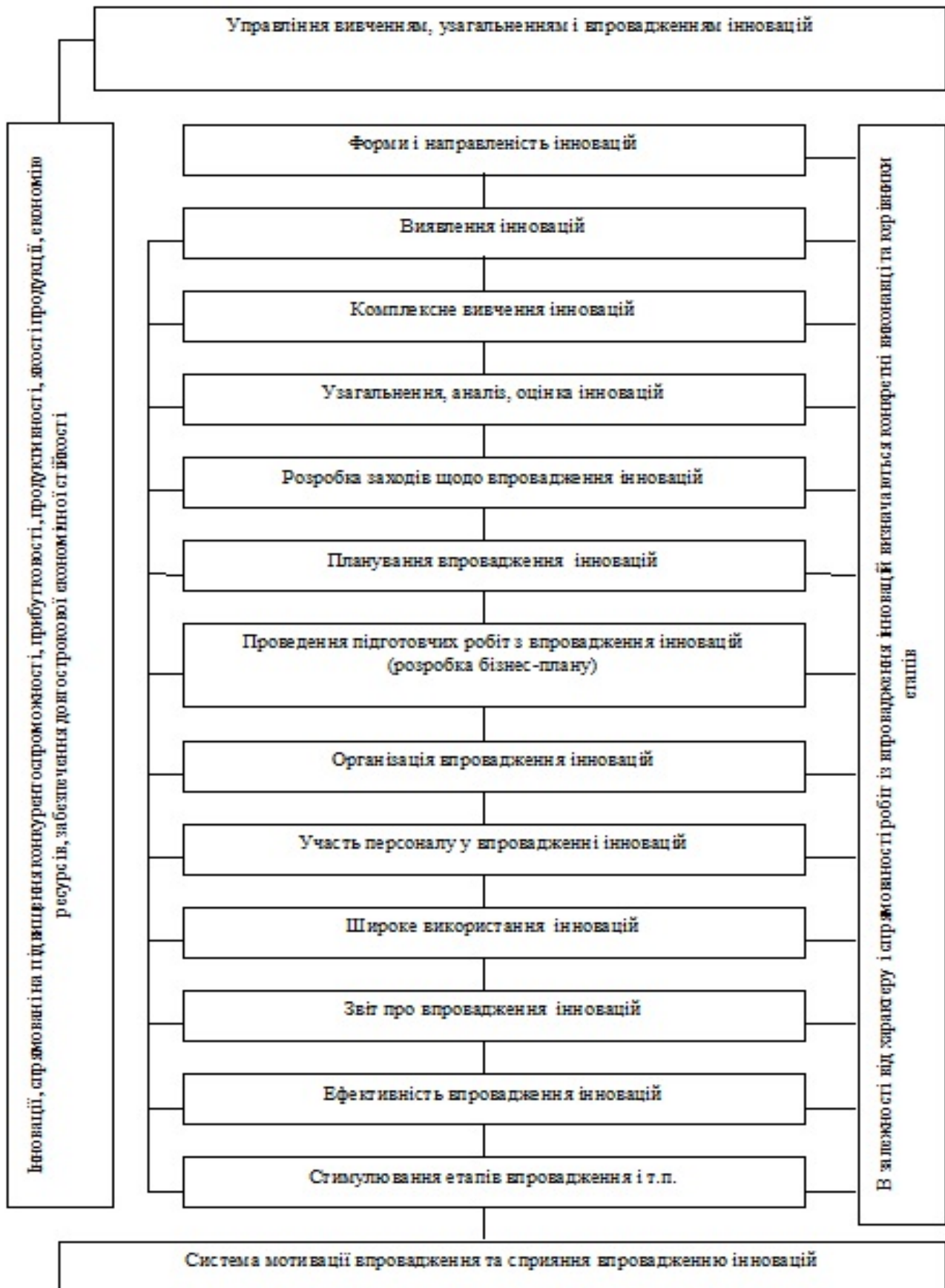


Рис. 1. Основні функції системи управління інноваційним процесом

містичним. Отримані кількісні показники можуть бути використані як об'єктивне джерело для прийняття управлінського рішення щодо доцільності реалізації інноваційного проекту [7, с. 69].

Якщо природні ресурси є вичерпним фактором росту ефективності, оскільки вони поновлювані, то інновації – прогресуючий фактор, тому що вони постійно поновлюються й є невичерпними. Впроваджені інновації в умовах ринкових відносин – найбільш дешевий і доступний ресурс. Їх використання не потребує значних капітальних вкладень.

Ефективне використання інновацій на підприємствах потребує створення системи виявлення, вивчення, відбору та впровадження інновацій. Для цього в наявній організаційній структурі підприємств необхідно створювати особливі тимчасові групи, які б займалися впровадженням інновацій. На рис. 1 показано основні функції системи управління інноваційним процесом.

Для оцінки економічної ефективності впровадження інновацій доцільно використовувати відносний показник ефективності у співставленні з показником ефективності застосування всього комплексу інноваційних заходів:

$$\Pi_i = \frac{E_i}{\sum E_i},$$

де Π_i – показник питомої ваги економічного ефекту від упровадження інновації в загальній сумі економічного ефекту, отриманого від реалізації комплексу інновацій;

E_i – економічний ефект застосування конкретної інновації;

$\sum E_i$ – загальний економічний ефект від упровадження інновацій у виробництво.

В управлінській сфері інновації більшою мірою, ніж техніко-технологічні інновації, впли-

вають на економічні показники (наприклад, організацію роботи за системою рівнодівок, підвищення рівня ритмічності).

Для того щоб підприємства змогли перейти на інноваційно-інвестиційну модель розвитку виробництва, необхідно здійснити такі заходи:

– ввести механізм державного замовлення на впровадження інновацій у виробництво;

– залучити в процес інвестування лідерів світового високотехнологічного бізнесу, тобто створити вигідні умови для вкладання грошей саме в українські підприємства;

– забезпечити розвиток інноваційних структур, тобто різноманітних форм об'єднання зусиль науки, освіти, виробництва і фінансового капіталу;

– здійснити перехід від державного фінансування до державного інвестування прикладних розробок, науково-технічних програм та інноваційних проектів;

– забезпечити кредитування з більш низькими ставками та зацікавити банки вкладати гроші в інноваційні проекти.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У сучасних умовах структурно-інноваційної перебудови економіки країни проблема розроблення дієвого механізму управління довгостроковою економічною стійкістю – це об'єктивна реальність, яка виникла на практиці й підлягає всебічному глибокому дослідженню та ефективному науково-методологічному забезпеченню. Організаційно-економічний механізм управління довгостроковою економічною стійкістю підприємств повинен ґрунтуватися на принципах стратегічного менеджменту і включати концептуальну модель управління, структурні схеми забезпечення економічної стійкості підприємства, систему елементів механізму управління економічною стійкістю, а також функціональний механізм управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гринько Т. Щодо інноваційного потенціалу як складової частини інноваційної активності підприємств. К.: Інноваційний аспект, 2010. С. 56–58.
2. Мицишин О.Л., Стельмах Х.П. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств. Львів: Львівська політехніка, 2011.
3. Маргіта Н.О. Проблеми та перспективи впровадження інноваційно-інвестиційної моделі економічного розвитку в Україні. Наук. вісн. Ужгород. ун-ту. Економіка. 2013. Вип. 41. С. 89–93.
4. Україна у вимірі економічних знань / В.М. Геєць, В.П. Александрова, Ю.М. Бажал; за ред. В.М. Геєця. К.: Основа, 2006. 592 с.
5. Миценко І.М. Безпека життєдіяльності: організаційно-економічні та соціальні аспекти управління. Донецьк: ІЕП НАН України, 2004. 382 с.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Олєфіренко О.М. Методичний інструментарій оцінювання ефективності реалізації інноваційних проектів на прикладі машинобудівного підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2017. Вип. 13. Ч. 2. С. 65–70.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE INDUSTRY OF TOURISM

Компанець К.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет

Снакієва В.В.

асистент кафедри туризму,
Національний транспортний університет

У статті досліджено питання використання інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств. З'ясовано основні проблеми застосування ІТ в індустрії туризму. Виведено різновид інформаційних технологій як автоматизована система управління та розкрито її призначення у діяльності туристичних підприємств.

Ключові слова: інформаційні технології, індустрія туризму, автоматизовані системи управління, інформаційні системи.

В статье исследованы вопросы использования информационных технологий в деятельности туристических предприятий. Выявлены основные проблемы применения ИТ в индустрии туризма. Выведена разновидность информационных технологий как автоматизированная система управления и раскрыто ее назначение в деятельности туристических предприятий.

Ключевые слова: информационные технологии, индустрия туризма, автоматизированные системы управления, информационные системы.

The article investigates the use of information technology in the activities of tourism enterprises. The basic problems of IT application in the tourism industry are revealed. A variety of information technologies as an automated control system is derived and its purpose is revealed in the activities of tourism enterprises.

Key words: information technologies, tourism industry, automated control systems, information systems.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Інформаційні технології стають основою реалізації всіх процесів управління підприємствами туристичного бізнесу, сприяють розвитку діяльності і виходу підприємств на міжнародний ринок, забезпечують комплексну реорганізацію праці менеджменту, перетворюються на джерело створення доданої вартості суб'єктів господарювання.

За умов інформаційної трансформації суспільства ефективно використання інформаційних технологій стає одним із найважливіших чинників виживання підприємств. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі сприяє застосуванню та впровадженню в їхню діяльність сучасних інформаційних технологій, що значною мірою впливає на поліпшення розвитку малого та середнього бізнесу в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичного бізнесу в цілому здійснювали: С. Арімов, В. Балута, О. Байкарова, А. Галиновський, О. Губанова, В. Гуляєв, А. Демаш, М. Єфремова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, Д. Купінський, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Т. Новгородцев, Н. Плотнікова, М. Окороков, Л. Тарасюк, М. Робсон, М. Скопень, О. Тоффлер, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Шлевков, С. Чупров, Н. Юрчук та ін.

Співвідносячи визначення інформатизації, сутність якої дослідники визначають як систематичну реорганізацію й удосконалення, підвищення ефективності соціально значущої діяльності на основі використання сучасної електронно-обчислювальної техніки й інформаційних систем, зі специфікою та основним

змістом діяльності менеджера (за П. Друкером, А. Чандлером Т. Парсоном):

– активізація і розвиток наявних ресурсів, форм їх раціонального використання, інноваційність діяльності менеджера, орієнтація на постійний пошук нових, більш ефективних способів організації діяльності;

– інформатизація як процес, за допомогою якої створюються автоматизована інформаційна інфраструктура та інформаційна система як об'єкт управління.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у дослідженні методів упровадження інформаційних технологій у діяльність підприємств туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Підприємства туристичної галузі – це перш за все сфера послуг яка має свою специфіку і відрізняється від промислових підприємств. Первинною й обов'язковою умовою виробництва послуг є безпосередній контакт із замовником. У зв'язку із цим виникає потреба у використанні систем управління, скерованих на клієнтів. Інформаційні технології управління підприємствами сфери послуг орієнтуються не стільки на технологічний, скільки на комунікаційний аспект виробництва. На відміну від підприємств, що займаються виробництвом продукції, інформаційні складники яких орієнтовані на їхні внутрішні потреби, інформаційні системи підприємств сфери послуг повинні насамперед бути орієнтовані на поліпшення сервісу для різних клієнтів.

На сучасному туристичному підприємстві комп'ютер перетворився на необхідний інструмент повсякденної діяльності. З його допомогою здійснюється збирання, накопичення та обробка даних. Разом із тим, як правило, в організаціях виникають складнощі з вибором інформаційної системи, нестача коштів на її придбання, сумніви в надійності інвестицій у цю сферу, де обладнання швидко застаріває.

Сьогодні відомі такі проблеми впровадження інформаційних технологій у практику вітчизняних туристичних підприємств:

1. Безперервне збільшення обсягу технологічних пропозицій, що потребують великих інвестицій, і, відповідно, посилення залежності від зовнішніх послуг (наприклад, постачальників програмного забезпечення).

2. Зміна ролі інформаційних технологій у господарській діяльності багатьох підприємств:

під час виконання внутрішньофірмових процесів функція ІТ перестала бути допоміжною, а перетворилася на важливий складник продукту чи виробничих потужностей.

3. Зростання витрат у сфері інформаційних технологій. Поява поняття «електронний офіс» пов'язана з уявленням про безпаперове робоче середовище, що базується на використанні комп'ютерів, засобів передачі даних (мереж, модемів, факсапаратів) та інших електронних пристроїв. «Електронний офіс» передбачає набір програмних продуктів для вирішення широкого спектру завдань.

Упровадження інформаційних технологій створює підґрунтя для розвитку нової культури праці і водночас призводить до стратегічної переорієнтації підприємства. Використання інформаційних комп'ютерних систем для вирішення управлінських та підприємницьких завдань, стратегічного розвитку, підвищення ефективності адміністративної діяльності, обліку і контролю, планування й аналізу, реалізації у мережевому режимі різноманітних зв'язків підприємств з їх партнерами, клієнтами, владними структурами призвело до зростання інформаційних потреб, дало можливість не обмежувати інформаційні потоки та інформаційні процеси межами окремого підприємства і зумовило зростання інвестицій у комп'ютерні технології [1].

Сьогодні зростає інтерес до нашої держави за кордоном, це сприяє формуванню вітчизняних комерційних автоматизованих банків статистичних даних.

Для розв'язування задач статистичного аналізу даних на сучасному світовому ринку існує більше 1 000 пакетів прикладних програм, наприклад STATISTIKA, STATGRAPHICS, WinSTAT, КВАЗАР, а також статистичні експертні системи: СТАТЗКС, Statistical Navigator Pro [2].

За типом підтримки, яку вони забезпечують в організації управління, системи можуть бути поділені на такі групи:

– системи обробки операцій, які реєструють та обробляють дані, одержані внаслідок ділових операцій. Воно може проводитися або способом пакетного оброблення даних, або в масштабі реального часу;

– автоматизовані системи управління технологічними процесами (АСУТП), що приймають рішення з типових питань, таких як управління виробничим процесом;

Таблиця 1

Різновиди та призначення автоматизованих систем управління

Територіальні	управління адміністративно-територіальним регіоном (область, місто, район)
Галузеві	управління підвідомчими підприємствами та організаціями сфери
Кооперативні	розв'язування задач управління виробничо-господарською діяльністю підприємства
АСУ ТП	керування станом технологічних процесів
Інтегровані (ІАСУ)	багаторівневі ієрархічні системи, які забезпечують комплексну автоматизацію управління на всіх його рівнях

– системи співробітництва на підприємстві, які використовують комп'ютерні мережі для забезпечення зв'язку, координації та співробітництва відділів і робочих груп, що беруть участь у процесі;

– інформаційні менеджерські системи – системи забезпечення менеджменту, що продукують заздалегідь визначені звіти, подають відображення даних і результати вжитих заходів на періодичній чи винятковій основі або за запитом;

– системи підтримки прийняття рішень – ІС, які використовують моделі прийняття рішень.

Корпоративні системи, системи підтримки прийняття рішень (СППР) та експертні системи характеризують новий етап автоматизації управління підприємством [3].

Системи підтримки прийняття рішень (Decision Support System – DSS) призначені для підтримки прийняття рішень керівників різного рівня під час вирішення неструктурованих і слабо структурованих проблем і використовують нові засоби інформаційних технологій: програмні агенти, сховища і вітрини даних, OLAP-системи тощо.

СППР використовують не тільки загальне інформаційне забезпечення, а й загальне математичне забезпечення – бази моделей [4].

На початковому етапі формуються рішення стосовно впровадження інформаційних технологій. Це рішення включає у себе основну мету даного впровадження, на що націлена певна інформаційна технологія і для чого потрібна вона. При цьому аналізується підприємство, визначаються слабкі та сильні сторони, можливості та загрози (SWOT- та PEST-аналіз і т. д.).

ІТ потрібні для підвищення своїх конкурентних переваг та побудови ефективною системи, що дасть змогу швидко реагувати на зміни зовнішніх та внутрішніх чинників.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Використання інформаційних технологій для управління підприємством робить будь-яку компанію більш конкурентоздатною за рахунок підвищення її керованості й адаптованості до змін ринкової кон'юнктури. Важливо відзначити, що автоматизація – не самоціль, а цілеспрямована перманентна діяльність із раціоналізації й оптимізації організаційно-штатної структури підприємства і його бізнес-процесів. Для ефективного функціонування підприємства необхідно створити інформаційну систему, яка була б здатна протягом тривалого часу задовольняти потреби підприємства. Лише великі підприємства можуть дозволити собі включити до штату фахівців, які будуть у змозі розробити та обслуговувати інформаційну систему, яка найповніше відповідатиме потребам підприємства, тому для середніх та малих підприємств доцільніше створювати інформаційну систему на базі наявних програм, різноманітність яких здатна задовольнити потреби таких підприємств. Вибір автоматизованої системи управління підприємством туристичного бізнесу в сучасних умовах господарювання повинен здійснюватися на основі таких критеріїв, як: величина (масштаб діяльності) підприємства, вартість (затратність придбання та утримання системи), сумісність із торговим обладнанням та операційними системами, зручність у користуванні. Крім того, вибір можна формувати, враховуючи окремі напрями автоматизації: програми автоматизації у сфері обліку та контролю; програми автоматизації касових розрахунків; програми автоматизації кадрів; програми автоматизації управління рестораном; автоматизовані фінансові програми.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Байкарова О.О., Тарасюк Л.М. Інформаційні технології – засіб оптимізації діяльності підприємств. Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво. 2013. № 11. С. 177–182
2. Інформаційне та аналітичне забезпечення діяльності фінансових установ в Україні. URL: http://pidruchniki.com/15220122/finansii/informatsiyne_analitichne_zabezpechennya_diyalnosti_finansovih_ustanov_ukrayini (дата звернення: 5.05.2018).
3. Юрчук Н.П. Інформаційні системи в управлінні діяльністю підприємства. Агросвіт. 2015. № 19. С. 53–58
4. Бібюк П.І., Коршевнік Л.О. Проектування комп'ютерних інформаційних систем підтримки прийняття рішень: навч. посіб. URL: <http://mmsa.kpi.ua/sites/default/files/publications> (дата звернення: 5.05.2018).

ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ

IMPORTS OF THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF OIL AND GAS COMPLEX IN UKRAINE

Король С.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

У статті проведено науково-теоретичне дослідження імперативів розвитку підприємств нафтогазового комплексу в Україні. Визначено цільові орієнтири газорозподільних підприємств. Запропоновано енергоефективні та енергозберігаючі заходи для поліпшення стану підприємств нафтогазового комплексу. Окреслено напрями розвитку нафтогазового комплексу України, а також зроблено акцент на концепції сталого розвитку як однієї з нових теоретичних доктрин.

Ключові слова: нафтогазовий комплекс, газорозподільне підприємство, концепція сталого розвитку, газові ресурси, цільові орієнтири, інвестиції, інновації.

В статье проведено научно-теоретическое исследование императивов развития предприятий нефтегазового комплекса в Украине. Определены целевые ориентиры газораспределительных предприятий. Предложены энергоэффективные и энергосберегающие мероприятия для улучшения состояния предприятий нефтегазового комплекса. Определены направления развития нефтегазового комплекса Украины, а также сделан акцент на концепции устойчивого развития как одной из новых теоретических доктрин.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, газораспределительное предприятие, концепция устойчивого развития, газовые ресурсы, целевые ориентиры, инвестиции, инновации.

In the article a scientific and theoretical study was carried out on the imperative of development of enterprises of the oil and gas complex in Ukraine. The target benchmarks of gas-distributing enterprises are determined. Energy-efficient and energy-saving measures are proposed to improve the state of the oil and gas complex enterprises. The directions of development of oil and gas complex of Ukraine are outlined, as well as emphasis on the concept of sustainable development as one of the new theoretical doctrines.

Key words: oil and gas complex, gas distributing enterprise, concept of sustainable development, gas resources, target benchmarks, investments, innovations.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В Україні нафтогазовий комплекс належить до одних із найголовніших елементів промислового потенціалу країни. Нафтогазові підприємства за економічним змістом належать до природних монополій, які визначають специфіку фінансового забезпечення для їхнього розвитку. З урахуванням макроекономічної нестабільності розвинених країн та суттєвих загроз, які вона провокує для економіки України, основним завданням усіх гілок влади в умовах сьогодення для підтримки й розвитку інвестиційної діяльності є систематична робота з поліпшення інвестиційного клімату України та впровадження заходів щодо акумулювання внутрішніх фінансових ресурсів на інвестиційні цілі, особливо в контексті нафтогазового комплексу. Тому потребують першочергового розв'язання

питання не тільки розширення пошуково-розвідувальних робіт нових родовищ нафти й газу та знаходження альтернативних джерел, застосування енергозберігаючих технологій, а й удосконалення системи управління виробничо-комерційною діяльністю підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Окремі аспекти функціонування підприємств нафтогазового комплексу, розвитку газорозподільних підприємств розглядали у своїх роботах такі вітчизняні вчені, як Л. Гораль, А. Грицик, С. Король, В. Мирошніченко, С. Онищенко, О. Шапран, В. Шийко, К. Штепенко, О. Червінська та ін. Водночас питання детермінант розвитку підприємств нафтогазового комплексу в умовах сьогодення нині постають достатньо гостро та потребують подальшого дослідження.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Наявні дослідження теоретичних основ щодо імперативів розвитку підприємств стосуються у переважній більшості саме промислових підприємств. При цьому не приділяється увага газорозподільним підприємствам у контексті визначення основних детермінат інвестиційного та інноваційного спрямування. Не враховується концепція сталого розвитку, яка є однією з нових теоретичних доктрин, що покликана істотно допомогти у вирішенні наявних негативних тенденцій функціонування світової господарської системи.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення імперативів розвитку підприємств нафтогазового комплексу в Україні з урахуванням умов сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Складна ситуація на вітчизняних підприємствах у період кризи, відсутність необхідного розвитку і навіть стабільності відображають недостатньо враховані можливості чи невикористані ресурси. Сучасний стан нафтогазового комплексу набуває особливого значення, зважаючи на теперішні умови фінансово-політично-військової ситуації, коли Україна потребує чи не найбільшого залучення інвестицій за всю історію існування. Тому сфера нафтогазової промисловості в євроінтеграційних умовах вимагає особливої уваги науковців, які можуть поглибити підходи до розуміння економічної сутності нафтогазового комплексу та першочергового вирішення його проблем з інвестиційних позицій у напрямі енергоефективності.

Склад нафтогазового комплексу багатограний, оскільки до нього входять підприємства з видобутку вуглеводнів, виробництва скрапленого природного газу, зберігання, розподілу та постачання природного газу споживачам, транспортування, у тому числі транзиту, нафти та газу, а також нафтопереробна промисловість та інші обслуговуючі галузі. З урахуванням всеохоплюючої компонентності нафтогазового комплексу деталізуємо імперативи його розвитку в частині газорозподільних підприємств (ГРП).

Оскільки частина газових ресурсів використовується ГРП на власні потреби, частина втрачається у процесі транспортування, зберігання, то для визначення раціональності використання витрат цих підприємств предметом аналізу повинна бути структура витрат за напрямками їх виникнення та використання, зокрема: витрати на виробництво, виконання робіт та реалізація послуг; витрати на надання послуг споживачам; витрати на обслуговування системи газопостачання.

Кожна із цих груп може диференціюватися за елементами, отже, основними цільовими орієнтирами ГРП повинні бути: логістика, управління фінансами, планування й управління виробни-

цтвом, управління взаємовідносинами з партнерами і клієнтами, управління розподілом газових потоків, сервісне обслуговування, матеріальне стимулювання, управління якістю [1].

На нашу думку, основним імперативом серед усіх цільових орієнтирів є управління якістю, оскільки саме від неї залежить, наскільки ефективно будуть реалізовані всі інші орієнтири. Ми вважаємо, що продукти ГРП завжди будуть у попиті, при цьому мають забезпечуватись стандартні параметри якості, серед яких: калорійність (теплота згорання), тиск, вологість, температура, ступінь (коефіцієнт) стискування, безперервність, енергоефективність, надійність, інноваційність [2–5]. Ураховуючи теперішні реалії української економіки, коли впроваджені жорсткі бюджетні обмеження щодо використання коштів на капітальні потреби, можна стверджувати, що, незважаючи на ймовірність позитивних зрушень у далекоглядній перспективі, у короткотерміновому періоді ситуація з рівнем енергоефективності газорозподільних підприємств може ускладнитися [1, с. 122].

Ключовою умовою енергоефективного виробництва є достатність його фінансування. Це пов'язано з тим, що розвиток та функціонування паливно-енергетичного комплексу потребує значних інвестиційних ресурсів. Незважаючи на актуальність і нагальність завдання розширеного фінансування заходів енергозбереження, економічна сутність та структура цілісної системи фінансування недостатньо глибоко розроблені [6, с. 200].

При цьому основними інвестиційними проектами стосовно енергоефективності та енергозбереження є програми енергозбереження, які розробляються на ієрархічних рівнях – від державного до підприємницького. Основною умовою фінансування таких програм є забезпечення інвестиційними ресурсами.

Але в умовах обмеженості обігових коштів підприємств залучення інвестицій у сферу енергозбереження на впровадження енергозберігаючої техніки та технологій є основною проблемою в економіці України. Формуванню дієвої й ефективною системи фінансування енергозберігаючих проектів передують встановлення: умов та напрямів використання фондів енергозбереження, визначення вимог щодо безпроцентного та пільгового кредитування, встановлення першочерговості інвестування, особливостей застосування лізингових операцій для придбання енергозберігаючого обладнання тощо. Основним джерелом наповнення фондів енергозбереження і, відповідно, фінансування заходів є частина прибутку, звільнена від оподаткування у період зростаючої вартості енергоресурсів. Найважливішою умовою ефективного фінансування заходів енергозбереження є заохочення суб'єкта підприємницької діяльності до використання енергоощадних технологій. До найефективніших стимулів можна віднести: пільгове кредитування, податкові пільги, преміювання працівників. Основний акцент на фінансування енергозбереження зорієнтований

на власні кошти підприємств, що є властивим для ринкової економіки, проте необхідно врахувати, що газотранспортні підприємства є державними, а тому й фінансування енергозбереження на цих підприємствах повинно передусім здійснюватися за рахунок державних коштів [6, с. 203].

Тому в умовах нестачі інвестиційних ресурсів виявлення резервів і напрямів енергоефективності та енергозбереження має особливе значення.

Зважаючи на зазначене вище, вважаємо за доцільне визначити енергоефективні напрями, що сприятимуть розвитку газорозподільних підприємств, серед яких:

- розроблення та впровадження енергозберігаючих технологій;
- постійне дослідження об'єктів та умов фактичних витрат газу;
- розроблення методики індивідуального нормування витрат паливного газу;
- аналіз локальних та системних резервів енергозбереження;
- впровадження більш економічних ГТД;
- автоматизація регулювання та керування на газорозподільних мережах;
- розроблення енергозберігаючих технологій та технічних рішень для окремих об'єктів;
- обстеження технічного стану обладнання газорозподільних мереж;
- розроблення методів та комп'ютерних програм оптимізації режимів роботи ГРП;
- підвищення економічності роботи ГРП;

– впровадження автоматизованих систем комерційного обліку енергоносіїв;

– впровадження когенераційних установок для виробництва електричної та теплової енергії.

В умовах сьогодення функціонування ГРП із позицій формування енергоефективної та енергозберігаючої економіки розглядається в аспекті раціонального споживання енергоресурсів, що представлено розробленням та впровадженням енергозберігаючих заходів на основі ефективного фінансування. Тому для зниження енергоємності кожного окремо взятого виробництва та національної економіки загалом створюють програми енергозбереження та енергоефективності на кожному ієрархічному рівні, в яких вже закладено джерела та механізми фінансування, проте проведені дослідження показують, що й досі фінансування енергозбереження на газорозподільних підприємствах здійснюється неефективно, що й призводить до зниження ефективності енергозберігаючої політики.

Одним з імперативів успішного функціонування підприємств нафтогазового комплексу є їх орієнтація на інноваційну стратегію в умовах сталого розвитку. На ГРП вона може спрямовувати за різними напрямками, оскільки в діяльності газорозподільних підприємств застосовуються різні види інновацій, зокрема технічні, технологічні, організаційно-управлінські, соціальні, екологічні й стратегічні, проте їх питома вага є нерівномірною, оскільки найбільшу частку займають технічні та технологічні інновації, а всі інші – незначну частку (рис. 1).

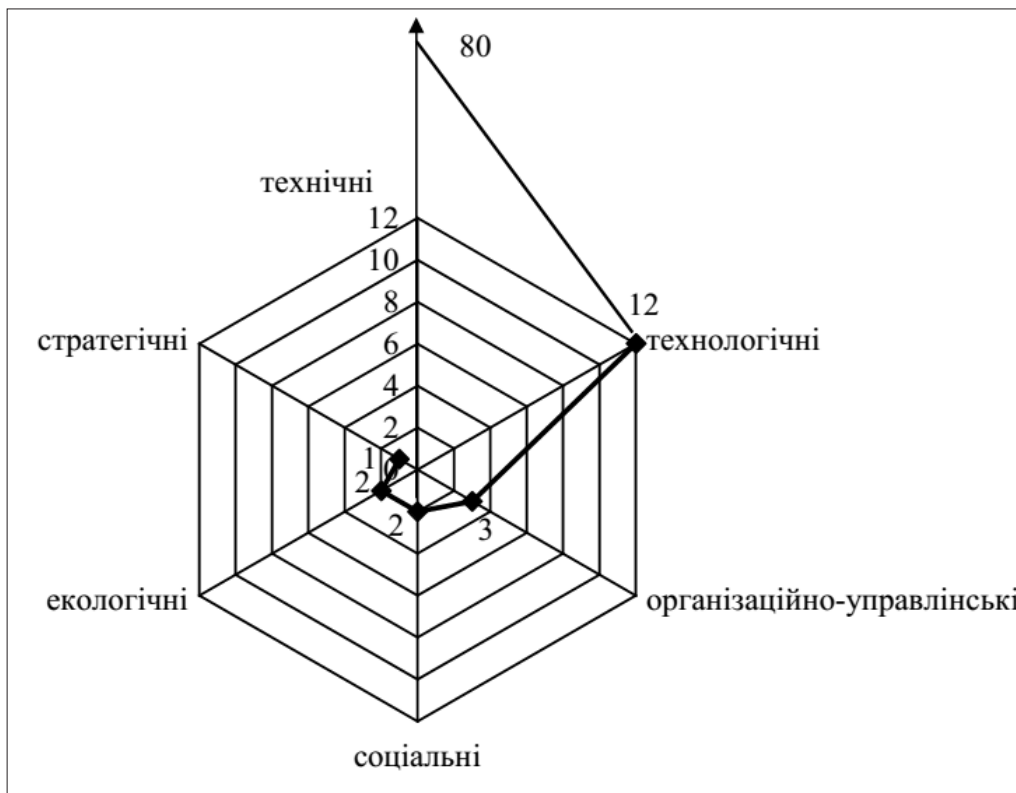


Рис. 1. Види інновацій на газорозподільних підприємствах

Зважаючи на таку структуру інновацій на газорозподільних підприємствах, у подальших дослідженнях основний акцент зробимо на технічних і технологічних інноваціях, оскільки їх вагомість у діяльності підприємств чимала, тому що саме кінцевий споживач у результаті отримує якісно і безперебійно природний газ, сплачуючи кошти, що виступають доходом для ГРП.

Для інноваційної стратегії необхідна забезпеченість виконання таких вимог:

- 1) узгодженість розмірів інвестицій;
- 2) наявність на ринку ефективно діючих підприємств-експлерентів;
- 3) узгодженість запланованих інвестицій інноваційної спрямованості із загальноекономічними умовами;
- 4) визначеність терміну реалізації завдань інвестиційно-інноваційної стратегії;
- 5) визначення реальних часових рамок;
- 6) оптимальність поєднання очікуваних результатів від вкладання інвестицій в інновації та потенційних ризиків і невизначеності майбутнього періоду [7, с. 31].

У процесі реалізації таких умов виокремлюються основні напрями розвитку нафтогазового комплексу України, до яких належать: проведення пошуково-розвідувальних робіт у наявних та перспективних нафтогазових регіонах, збільшення нафто- і газовидобутку на наявних родовищах шляхом упровадження нових технологій та інновацій. Дані напрями розвитку потребують значних фінансових вкладень, що сьогодні для України є проблематичним. Щоб успішно реалізувати зазначені вище заходи, необхідно подолати низку перешкод, основною з яких є пошук грошових коштів для впровадження інновацій. Серйозною є проблема закріплення на законодавчому рівні стимулювання інноваційних процесів на підприємствах нафтогазового комплексу України, що, своєю чергою, принесло б ефективність в умовах сталого розвитку.

Концепція сталого розвитку є однією з нових теоретичних доктрин, що покликана істотно допомогти у вирішенні наявних негативних тенденцій функціонування світової господарської системи. Сутність її полягає у тому, що соціально-економічний розвиток має бути спрямований на гармонізацію еколого-економічного простору з урахуванням поточних інтересів і потреб кожної особистості і суспільства у цілому без загрози для інтересів і потреб майбутніх поколінь. Теоретичні дослідження сталого розвитку і глобалізації відбуваються паралельно, хоча ці явища тісно пов'язані та взаємозумовлені, при цьому вони є діалектично суперечливими. Виходячи із цього, головною проблемою є гармонізація і синхронізація сталого розвитку

і процесу глобалізації, обґрунтування спроможності їх одночасної реалізації [8].

Сталий розвиток – це така цілеспрямована організація суспільства, яка за сукупності взаємопов'язаних соціально-економічних, політичних та інших процесів, що дають змогу послідовно збільшувати потенціал країни для задоволення зростаючих потреб своїх громадян з урахуванням умов охорони природного середовища і за суспільно-природної взаємодії, забезпечує досягнення більш високого життєвого рівня сучасним та наступним поколінням [9, с. 22].

Отже, інноваційний розвиток підприємств нафтогазової сфери потребує створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення фінансових ресурсів вітчизняних та іноземних інвесторів, оскільки необхідно підвищувати ефективність нафтогазового комплексу через удосконалення методів буріння, впливу на пласт, збільшення глибини видобутку запасів та впровадження інших прогресивних технологій видобутку нафти та газу, які дадуть змогу зробити економічно доцільними використання важкодоступних запасів нафти та газу [10].

Під дію вимог сталого розвитку підпадають вартість видобутку, якісний склад видобутої нафти, технологічна здатність нафтопереробних заводів, попит на нафтопродукти з боку традиційних та нових споживачів визначають напрямки та обсяги торговельних потоків світовому на ринку нафти. Розвиток світового ринку нафти пов'язаний з удосконаленням видобутку, виробництва, впровадженням енергозберігаючих технологій та з диверсифікацією джерел енергоресурсів [11, с. 64].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Вищезазначене свідчить про те, що, враховуючи економічну та політичну ситуацію у країні, уряду сьогодні важко знайти інвесторів для модернізації економіки, для впровадження інновацій у сфері нафтогазової промисловості, що за умов упровадження призвело б до збільшення обсягів видобутку нафти і газу, виробництва електроенергії з альтернативних джерел, що зробило б економіку країни практично незалежною від зовнішніх джерел постачання [13].

Тому в майбутньому нафтогазова галузь повинна стати однією з галузей із надзвичайно високим ступенем концентрації капіталу й виробництва, що можливо за побудови відповідного механізму реалізації, який формується на довгострокових прогнозах соціально-економічного та інноваційно-технічного розвитку, довгостроковій інноваційній політиці й енергетичній стратегії за умов сталого розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гораль Л.Т., Король С.В. Орієнтири для розвитку газорозподільних підприємств України. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2016. Вип. 1(5). С. 120–124.
2. Алфімов Д.В. Структурно-змістовний контент поняття технології. 2011. № 3(15). URL: http://almamater.luguniv.edu.ua/magazines/elect_v/NN15/index.htm.
3. Аналіз ефективності застосування ГРП на Майському родовищі. URL: <http://ukrbukva.net/page,18,51649-Analiz-effektivnosti-primeneniya-GRP-na-Maiyskom-mestorozhdenii.html>.
4. Про енергозбереження: Закон України від 01 липня 1994 р. № 74/94-ВР. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/>.
5. Через газотранспортну систему транспортується якісний природний газ. URL: <http://utg.ua/utg/media/news/2015/3/cherez-gazotransportnu-sistemu-transportutsya-yaksnij-prirodnij-gaz.html>.
6. Гораль Л.Т., Шийко В.І., Сергєєв О.П. Джерела і механізми фінансування енергозберігаючих заходів на підприємствах газотранспортної галузі. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 3(2). С. 200–204.
7. Диха М.В. Інвестиційно-інноваційна стратегія як взаємоузгоджена система розвитку економіки країни. Інноваційна економіка. 2013. № 1. С. 27–32.
8. Фоміна М.В. Сталий розвиток в умовах глобалізації: протиріччя та чинники. URL: http://unier.km.ua/upload-files/_7_2011.pdf.
9. Кислова Л.А. Історичні аспекти та концептуальні основи сталого розвитку. Економічний аналіз. 2014. Т. 18. № 1. С. 20–24.
10. Онищенко С.В., Штепенко К.П., Мирошніченко В.В. Фінансові інструменти забезпечення розвитку нафтогазового комплексу. I Международная научно-практическая конференция «Финансовый механизм решения глобальных проблем: предотвращение экономических кризисов». Экономика. 2012. URL: http://www.confcontact.com/2012_09_21/3_onischenko.htm.
11. Шапран О. Чинники сталого розвитку світового ринку нафтопродуктів. Міжнародні відносини. 2014. № 1(42). С. 61–65.
12. Червінська О.С., Грицик А.Я. Стан та перспективи розвитку підприємств нафтогазового комплексу України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. С. 300–307.

УДК 65.015

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ

INCREASE OF EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT BY IMPROVING OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE

Кудінова М.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Рибалка А.С.

студентка спеціальності «Менеджмент»,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Чубач О.Р.

студент спеціальності «Менеджмент»,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У статті розкрито сутність організаційної структури управління та її важливість для сучасного бізнесу. Проаналізовано особливості еволюції організаційних структур та виділено підходи до їх класифікації. Досліджено організаційну структуру управління національним підприємством АТ «У.П.Е.К.», виділено її переваги та недоліки, обґрунтовано рекомендації щодо її вдосконалення.

Ключові слова: управління, структура, організаційна структура, підприємство, рівні управління.

В статье раскрыта сущность организационной структуры управления и ее важность для современного бизнеса. Проанализированы особенности эволюции организационных структур и выделены подходы к их классификации. Исследована организационная структура управления национальным предприятием АО «У.П.Э.К.», выделены ее преимущества и недостатки, обоснованы рекомендации по ее совершенствованию.

Ключевые слова: управление, структура, организационная структура, предприятие, уровни управления.

The essence of the organizational structure of management and its importance for modern business are revealed in the work. The peculiarities of the evolution of organizational structures and the approaches to their classification are analyzed. The organizational structure of the management of the national enterprise JSC «U.P.E.K.» is investigated, its advantages and disadvantages are highlighted, recommendations for its improvement are substantiated.

Key words: management, structure, organizational structure, enterprise, management levels.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Зміна стану зовнішнього середовища, розвиток організації, зміна організаційних цілей викликають необхідність змін організаційних структур для забезпечення ефективного розвитку підприємства та досягнення ним організаційних цілей [5, с. 86].

Організаційна структура забезпечує впорядкованість побудови та узгодженість діяльності підрозділів підприємства, координує спільної роботи та належність виконання персоналом функціональних обов'язків, необхідних для досягнення поставлених цілей. Таким чином, реалізація заходів з удосконалення та розвитку організаційної структури являє собою не тільки один із потужних засобів мобіліза-

ції резервів для підвищення ефективності господарської діяльності, а й виступає важливою передумовою здійснення комплексу більш масштабних перетворень внутрішнього середовища підприємства [4, с. 1].

У сучасних умовах в основі неефективного функціонування вітчизняних підприємств і низьких темпів науково-технічного прогресу лежать організаційні структури, що базуються на централізації, багатоступеневій ієрархії та незмінності методів управління. Саме тому актуальною є проблема побудови оптимальної організаційної структури підприємства. Це також є наслідком того, що навіть чітко спроектована організаційна структура з часом не відповідає вимогам зовнішнього та внутрішнього середовища [13, с. 40].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми та на які спираються автори. Провідний теоретик менеджменту Пітер Ф. Друкер указує на інтерес до пошуку єдиного правильного типу організаційної структури, який здійснюється ще з кінця XIX ст. після появи великих організацій. Він зазначає, що уявлення про «єдино правильну організаційну структуру» неодноразово змінювалося, проте її пошуки тривають і донині [14, с. 48].

К. Уолш запропонував систему показників ефективності діяльності підприємств та ефективності управління підприємством. Це такі показники, як доходність власного капіталу, сукупність активів, рентабельність реалізації, обіг сукупності активів та ін.

З.Л. Алієва запропонувала використовувати 19 показників оцінки ефективності, до цього переліку входить система ринкових показників: ринкова частка підприємства, рівень конкуренції та ін. Також із цього питання заслуговує на увагу точка зору М. Хаммера, який пропонував відмовитися від показників, які не висвітлюють проблеми клієнтів підприємства [7, с. 59]. Крім того, є група вчених, яка пропонує методи використання наочності для оцінки ефективності, а саме таблиці, графіки, алгоритми та ін.

Багатогранність поглядів зарубіжних і вітчизняних учених щодо питань ефективного управління підприємством, методична невирішеність цих проблем, потреба дослідження підходів до забезпечення успішного управління розвитком підприємств зумовили актуальність вивчення даних проблем, підсумки якого викладені у цій статті.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження характеристик класичних та сучасних організаційних структур управління та обґрунтування рекомендацій щодо вдосконалення об'єкту, що вивчається, на прикладі вітчизняного суб'єкта господарювання.

Виклад повного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Уперше за вивчення організаційної структури в бізнесі взявся глава найбільшої в Європі гірничо-металургійної компанії Анрі Файоль у Франції на рубежі XIX і XX ст. У цей же час у США питаннями організації зацікавилися бізнесмени: Дж. Рокфеллер-старший, Дж.П. Морган, Е. Карнегі. Організаційна структура більшості компаній початку XX ст. була централізованою. Після закінчення Першої світової війни П'єр Дюпон і Альфред Слоун прийшли до ідеї децентралізації.

Організаційна структура (від франц. Organisation – надаю стрункий вигляд і лат. Structura – будова, взаєморозташування і зв'язок складових частин чого-небудь) – поділ економічного об'єкта (підприємств, компаній) на підрозділи, відділи, цехи і лабораторії для впорядкування управління, налагодження взаємодії між ними, визначення відповідальності, підпо-

рядкованості та співвідпорядкованості. Організаційна структура спрямована на встановлення чітких взаємозв'язків між підрозділами фірми, розподіл відповідальності. Часто структуру фірми порівнюють із каркасом будинку управлінської системи, побудованим для того, щоб усі процеси у фірмі здійснювалися своєчасно.

Економісти зі Швейцарії Й. Рюегг-Штюрм і Л. Ахтенхаген під час розгляду поняття організаційної структури закликають не обмежуватися виключно типом структури (лінійна, матрична, дивізіональна), який можна ввести за наказом. Вони вважають, що під організаційною структурою слід розуміти цілісну систему взаємозалежних структурних, культурних, просторових і технологічних компонентів, яка надає потоку внутрішньофірмових подій певний характер, образ і порядок [14, с. 52].

Оскільки спільна трудова діяльність людей потребує відповідних організаційних процесів (розподілу праці, забезпечення ресурсами, узгодження обсягу, терміну і послідовності робіт), то й організаційна структура безпосередньо залежить від наявності кваліфікованих кадрів. Організаційні процеси, своєю чергою, зумовлюють необхідність вироблення цілей і стратегій діяльності, виконання процесів планування, мотивації, контролю, обліку, аналізу, тобто процесів управління [8, с. 17]. Ця сукупність створює поняття організаційної структури управління як єдності стійких взаємозв'язків між елементами системи управління.

Організаційні процеси, своєю чергою, зумовлюють потребу формування цілей і стратегій діяльності, здійснення процесів планування, мотивації, контролю, обліку, аналізу, тобто процесів управління. Дана сукупність формує уявлення організаційної структури управління як цілісності стійких зв'язків між елементами системи управління.

Історична ретроспектива тенденції зміни організаційних структур управління представлена на рис. 1 [12, с. 287].

У табл. 1 зібрано основні підходи до класифікації організаційних структур.

Проаналізуємо організаційну структуру управління на підприємстві на прикладі АТ «У.П.Е.К.». Акціонерне товариство «У.П.Е.К.» утворено в 1995 р. АТ «У.П.Е.К.» було першою і донині є однією з провідних фінансово-промислових груп регіону, що зосередила свої ресурси у сфері наукомісткого високотехнологічного машинобудування [17].

Зберігаючи славу і традиції відомих лідерів машинобудівної індустрії – Харківського підшипникового заводу, Харківського верстатобудівного заводу ім. Косіора, Харківського електротехнічного заводу «Укрелектромаш», Лозівського ковальсько-механічного, – АТ зуміло надати підприємствам новий імпульс динамічного розвитку. Свідчення цього – перехід на нові технології, випуск конкурентоспроможної продукції,

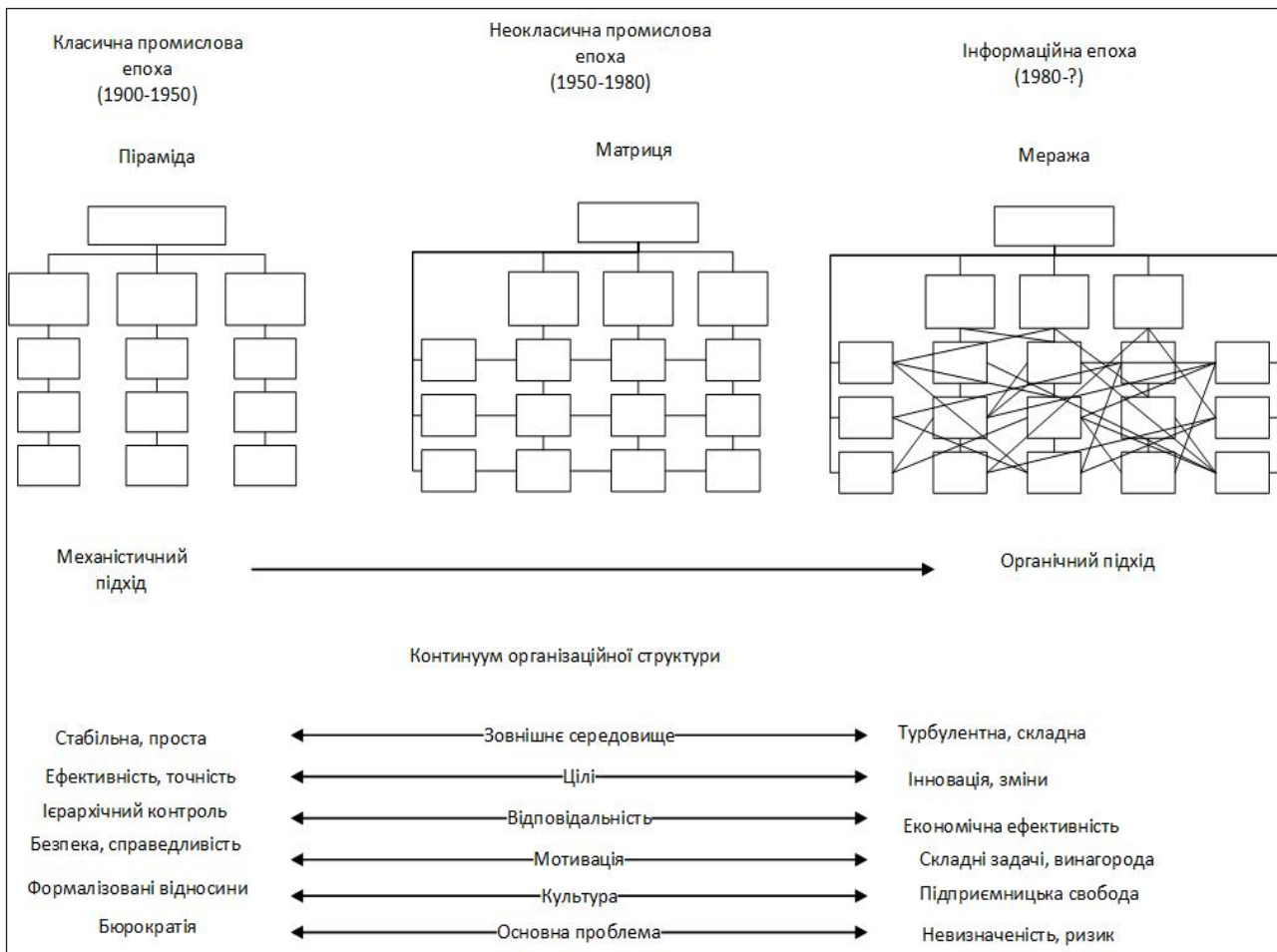


Рис. 1. Еволюція організаційних структур

Таблиця 1

Підходи до класифікації організаційних структур управління [5]

Вид	Характеристика	Де використовується
Регулярні структури	Набір спеціальних механізмів, застосовуваних під час оцінки поведінки учасників контрактних відносин, використовуваних у процесі вирішення виникаючих суперечок, які допомагають зробити адаптацію до несподіваних змін умов, а також здійснювати санкції до порушників угод.	Використовується у фірмах, де є координуючий потенціал, який іноді перевищує відповідний потенціал ринку.
U-структура	Характеризує організацію, орієнтовану на випуск одного товару або надання однієї послуги, в якій право приймати рішення з приводу довгострокової стратегії та поточкових операцій належить відносно вузькій групі управлінців.	Використовується у компаніях, що випускають відносно обмежену номенклатуру продукції і діючих у стабільних зовнішніх умовах із низьким рівнем невизначеності.
M-фірма	Характеризує фірму, що має кілька підрозділів і випускає велику номенклатуру продукції, включаючи виробництво проміжних товарів (напівфабрикатів) усередині фірми. Особливістю даної форми організації бізнесу є роз'єднання короткострокових рішень, прийнятих на рівні відділу, від довгострокових, або стратегічних.	Всесвітньо відомі компанії «Дюпон» і «Дженерал Моторс».
Холдінг	Є організацією, що володіє великими пакетами акцій інших фірм для контролю напрямів їхньої діяльності для проведення єдиної економічної політики.	Використовується у будь-якій сфері для захисту інтересів на ринку всередині країни та для залучення нових ринків збуту.

Гетерархія	Являє собою новий спосіб організації, який не є ні ринковим, ні ієрархічним. Особливістю гетерархії є формування влади по горизонталі.	Передусім використовується у компаніях з високою мінливістю і невизначеністю зовнішнього середовища, в якому доводиться працювати.
Мережева організація	Являє собою ідеальний організаційний тип, характеризується структурою вільно пов'язаної мережі абсолютно рівноправних і незалежних партнерів.	Використовується у компаніях, де має місце економія трансакційних витрат, пов'язаних із відсутністю витрат контролю над діяльністю членів команди (у звичному, загальноприйнятому сенсі), підтримкою корпоративної культури.
Віртуальне підприємство	Добровільна тимчасова форма кооперації кількох незалежних партнерів, що забезпечує завдяки оптимізації процесу створення велику вигоду клієнтам.	Компанії знаходяться у віртуальному просторі, де використовують тісну кооперацію з партнерами для більшої конкурентоздатності.
Франчайзинг	Являє собою форму ділового співробітництва великого і малого бізнесу, у рамках якої підприємства-гіганти надають право невеликим компаніям діяти як їх представники на ринку з використанням ліцензії, технології, сучасних розробок, фірмової торгової марки підприємства-гіганта.	Надають право невеликим компаніям діяти як їхні представники на ринку з використанням ліцензії, технології, сучасних розробок, фірмової торгової марки підприємства-гіганта.
Аутсорсинг	Процес виведення зі складу компанії тих видів діяльності, які безпосередньо не пов'язані з виробництвом унікальної продукції і не привносять істотного внеску у створення компанією доданої вартості.	Найбільш широко поширеною сферою залучення зовнішніх ресурсів є сфера ІТ (інформаційних технологій), післяпродажного обслуговування споживачів, внутрішнього аудиту.
Контрактне виробництво	Особлива практика виробництва, за якої замовник розміщує замовлення на виробництво самого продукту на стороні, у незалежного виробника.	Як правило, про контрактних виробників відомо дуже мало, крім того, що вони виступають партнерами своїх іменитих замовників.
Оболонкова організація	Компанія, в якій частина функцій, передусім виробництво, передана на контрактній основі іншим фірмам.	Зарубіжна практика ведення бізнесу показує, що оболонкові компанії найбільш перспективні в таких видах діяльності, як виробництво іграшок, взуття, одягу, спортивних товарів.

зростання заробітної плати, значне зростання обсягів виробництва, впевнене відновлення позицій наших брендів як на внутрішньому, так і на світовому ринках, великий інтерес інвесторів до діючих і перспективних проектів.

Однією з переваг компанії є ефективна організаційна структура управління, яка представлена на рис. 2 [17]. Вона складається з п'яти рівнів управління:

1. Вищий рівень – рада акціонерів, тому що компанія є акціонерним товариством і загальні цілі на майбутні роки встановлюються за допомогою загальних зборів акціонерів.

2. Другим рівнем є наглядова рада, до неї входять декілька представників акціонерної ради або один представник, який займає посаду президента. Наглядова рада покликана контролювати ефективність досягнення запланованих цілей компанії. Також наглядова рада має двох заступників: першого віце-президента, віце-президента.

3. Наступним рівнем управління є виконавчий директор, який має одного заступника.

4. Четверта ланка управління найбільша в компанії, оскільки там зосереджені директори структурних підрозділів.

5. Останнім рівнем управління компанією є три відділи, які займаються вузькими спеціалізаціями діяльності компанії.

Головними перевагами такої організаційної структури є:

- встановлення чітких і простих зв'язків між підрозділами;
- єдність і чіткість розпоряджень;
- узгодженість дій виконавців;
- підвищення відповідальності керівника за результати діяльності очолюваного підрозділу;
- оперативність у прийнятті рішень;
- отримання виконавцями пов'язаних між собою розпоряджень і завдань, забезпечених ресурсами;

– особиста відповідальність керівника за кінцеві результати діяльності свого підрозділу.

Головними ж недоліками є:

– високі вимоги до керівника, який повинен мати різнобічні знання і досвід з усіх функцій управління та сфер діяльності, що, своєю чергою, обмежує його можливості щодо ефективного управління організацією;

– перевантаження інформацією, великий потік документації, безліч контактів із підлеглими, вищими та суміжними організаціями;

– невідповідність зростаючим вимогам сучасного виробництва [12, с. 290].

Розглянувши організаційну структуру, можна зробити висновок, що лінійна структура, створена в компанії, має свої переваги та недоліки. У сучасних умовах росту та збільшення потоку інформації необхідно модернізувати наявну структуру до більш ефективної – лінійно-функціональної [10, с. 55]. Заходи щодо вдосконалення організаційної структури управління:

1. Перехід від наявної лінійної організаційної структури до лінійно-функціональної.

2. Створення функціональних підрозділів, які спеціалізуються на вирішенні певних поставлених завдань на підприємстві:

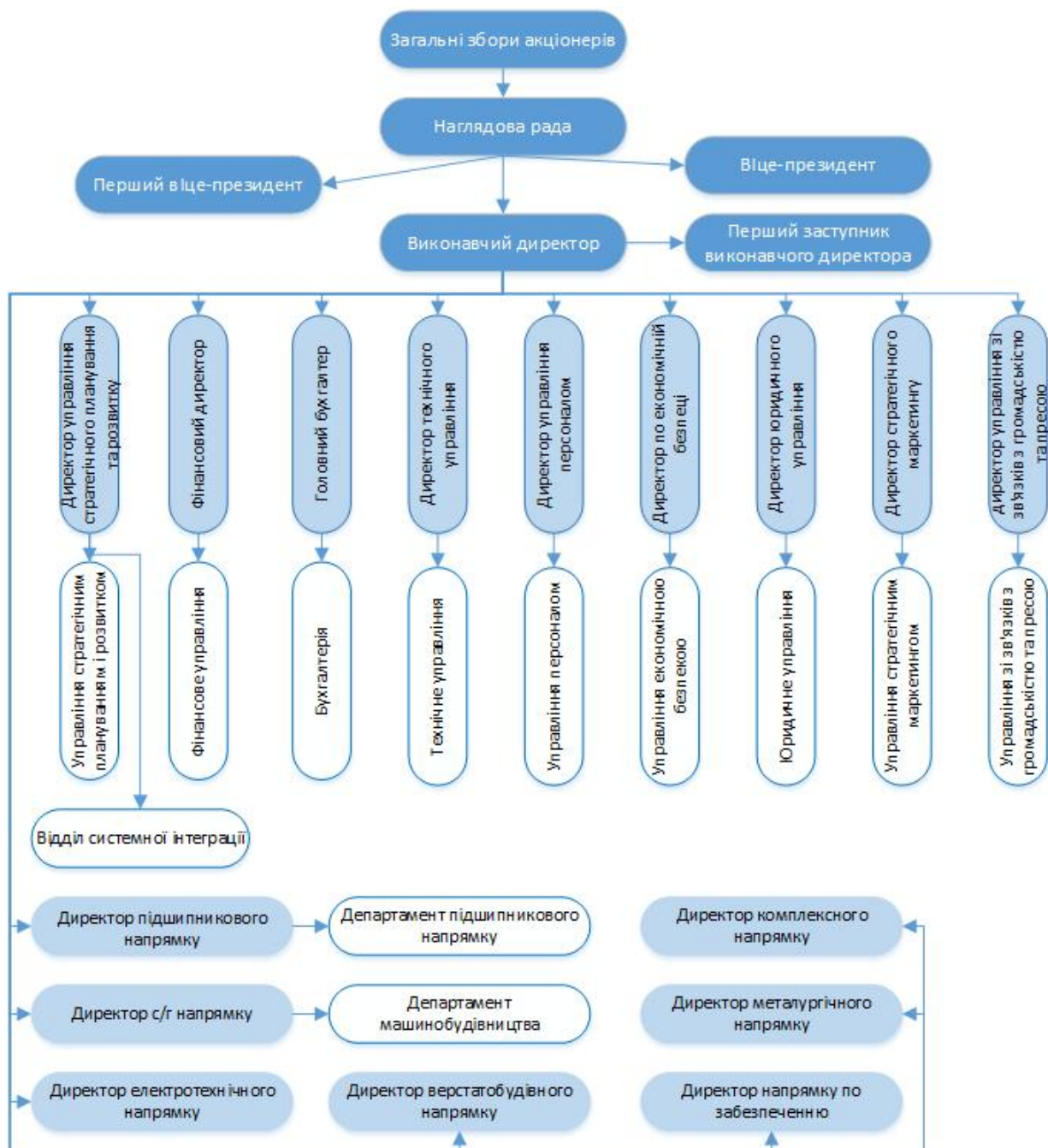


Рис. 2. Організаційна структура управління АТ «У.П.Е.К.» [17]

– фінансового підрозділу, до складу якого увійдуть фінансове управління, бухгалтерія, управління економічною безпекою і головою якого стане директор фінансового підрозділу. Йому підпорядковуються заступник із питань економічної безпеки та головний бухгалтер;

– підрозділу маркетингу та зв'язку з пресою, до складу якого увійдуть управління стратегічного маркетингу та управління по зв'язку із суспільством та пресою. Головою підрозділу буде директор по роботі з маркетингу та зв'язку з пресою. Йому підпорядковуються заступник із питань стратегічного маркетингу та прес-секретар.

3. Оптимізація наявних підрозділів. Чітка підпорядкованість усередині підрозділів та відповідальність перед лінійним директором та головами функціональних підрозділів.

Свою чергою, ми можемо навести приклад удосконаленої організаційної структури, яка представлена на рис. 3.

Після вдосконалення організаційної структури очікуються позитивні зрушення у функціонуванні компанії:

1. Зменшення інформаційного потоку, який проходив через виконавчого директора.
2. Збільшення концентрації кожного підрозділу на виконанні поставлених завдань.

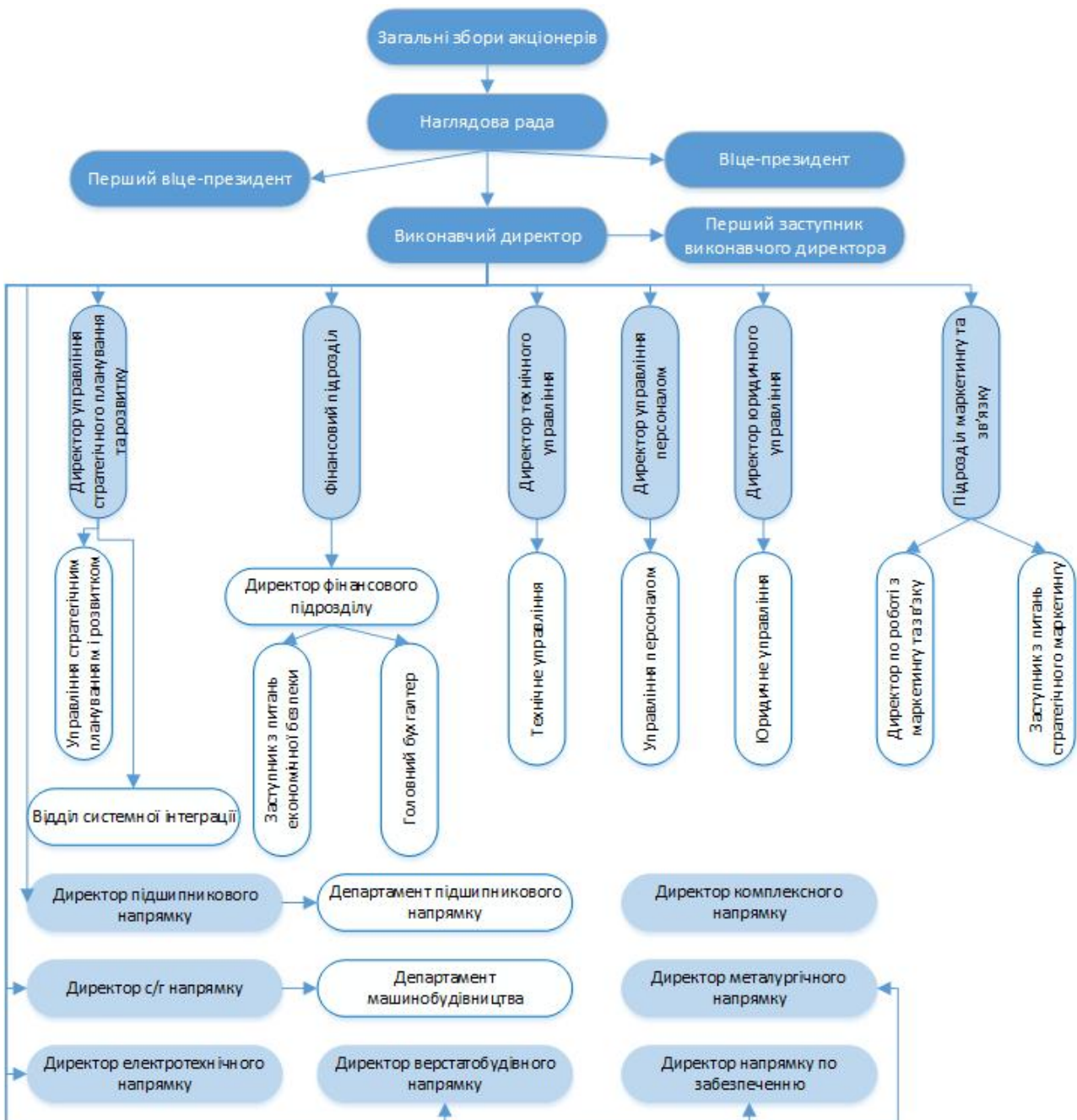


Рис. 3. Організаційна структура управління АТ «У.П.Е.К.» [17]

3. Ефективне функціонування кожного підрозділу.

4. Дотримання високого та якісного сучасного рівня в управлінській сфері [7, с. 430].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Сьогодні організаційна структура має великий вплив на ефективну діяльність підприємства. Організаційна структура управління – це схема розподілу основних функцій за підрозділами й окремими працівниками, які виконують завдання, пов'язані з прийняттям і реалізацією програм підприємства. Як правило, організаційна структура в узагальненому вигляді має форму піраміди з рівнями управління (вищий – інституційний, середній – управлінський, нижній – технічний). Кількість рівнів управління залежить від підпорядкування, обсягу виробництва, функцій, завдань та ін. «Структура управління організацією», або «організаційна структура управління» – одне з ключових понять менеджменту,

тісно зв'язане з метою, функціями, процесом управління, роботою менеджерів і розподілом між ними повноважень [13, с. 41]. У рамках цієї структури протікає весь управлінський процес (рух потоків інформації і прийняття управлінських рішень), в якому беруть участь менеджери всіх рівнів, категорій і професійної спеціалізації.

На прикладі компанії «У.П.Е.К.» розглянуто та запропоновано заходи щодо її вдосконалення. Нині в компанії наявна лінійна організаційна структура, яка вже багато років функціонує на підприємстві. Нами було запропоновано перетворення лінійної структури на лінійно-функціональну структуру управління. Заходами щодо здійснення цього переходу є створення функціональних підрозділів та оптимізація наявних. Після впровадження нової організаційної структури зросте ефективність функціонування кожного підрозділу та компанії у цілому, зменшиться навантаження на виконавчого директора.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алиева З.А. Методы управления организациями: теоретико-методический аспект. М.: Экономика», 2004. 272 с.
2. Воронков Д.К. Управление змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: монографія. Х.: ІНЖЕК, 2010. 340 с.
3. Дзяна С.Р., Дзяний Р.Б. Теоретичні засади управління змінами в сучасних умовах. Ефективність державного управління. 2013. Вип. 34. С. 31–40.
4. Курінний О.В. Управление розвитком організаційної структури підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04; ХНУ ім. Каразіна. Харків, 2011. 21 с.
5. Кудіна В.В. Процедура оптимізації організаційної структури підприємства. Наукові праці НУХТ. 2016. Т. 22. № 5. С. 85–95.
6. Кужда Т. Етапи успішного управління організаційними змінами на підприємстві. Галицький економічний вісник. 2013. № 2(41). С. 66–72.
7. Латфуллин Г.Р., Громова О.Н. Организационное поведение. Санкт-Петербург: Юг-Питер, 2010. 464 с.
8. Продіус І.П., Пріступа М.П. Удосконалення організаційної структури управління промислового підприємства. Економіка: реалії часу. 2012. № 3–4(4–5). – С. 17–22.
9. Менеджмент організацій: навч. посіб. / В.Ф. Пуртов, В.П. Третяк, М.М. Кудінова. Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2015. 152 с.
10. Пуртов В.Ф. Менеджмент: учеб. пособ. Х.: ХНУ, 2009. 102 с.
11. Радочинська А.В. Удосконалення організаційної структури підприємств в умовах розвитку конкурентного середовища. Сучасний соціокультурний простір. 2017. № 10. С. 6–8.
12. Тарасюк Г.М. Управление змінами в системі управління підприємством. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. 2010. № 2(52). С. 287–291.
13. Чичотка В.В. Обґрунтування моделі побудови оптимальної організаційної структури підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. № 5–2(05). С. 40–45.
14. Шорохов В. Особливості еволюції організаційних структур управління підприємством. Ефективність державного управління. 2015. Вип. 44. С. 48–57.
15. Організаційна структура бізнесу. URL: http://www.mirkin.ru/_docs/_dumnaya/net06.pdf.
16. Рожковский А.Л. Современные организационные структуры управления компанией: генезис и механизм совершенствования. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/8609>.
17. Сайт АТ«У.П.Е.К.». URL: <http://upec.ua/>.

КОНКУРЕНЦІЯ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НА АГРАРНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

COMPETITION AND COMPETITIVENESS ON THE AGRICULTURAL MARKET OF UKRAINE

Нечипоренко В.В.

кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти конкурентоспроможності на аграрному ринку, що є однією з основних проблем розвитку ринкових відносин в Україні. Під час проведених досліджень проаналізовано види конкуренції, де виявлено характер та інтенсивність конкуренції на аграрному ринку. Успіх розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього ринку залежить від конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова: конкуренція, види конкуренції, конкурентоспроможність, фактори конкурентоспроможності, аграрний ринок.

В статье рассмотрены теоретические аспекты конкурентоспособности на аграрном рынке, что является одной из основных проблем развития рыночных отношений в Украине. В ходе проведенных исследований проанализированы виды конкуренции, где выявлены характер и интенсивность конкуренции на аграрном рынке. Успех развития как внутреннего, так и внешнего рынка зависит от конкурентоспособности продукции.

Ключевые слова: конкуренция, виды конкуренции, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, аграрный рынок.

The article deals with theoretical aspects of competitiveness in the agrarian market, which is one of the main problems of the development of market relations in Ukraine. During the conducted researches, the types of competition were analyzed, where the character and intensity of competition in the agrarian market was revealed. The success of both internal and external markets depends on the competitiveness of products.

Key words: competition, types of competition, competitiveness, competitiveness factors, agrarian market.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Конкуренція та конкурентоспроможність є головними ознаками ринкової економіки. Ці категорії нерозривно пов'язані між собою, оскільки конкурентоспроможність можлива лише за наявності конкуренції, рівень якої істотно відрізняється як на окремих ринках (готової продукції та засобів виробництва, внутрішньому та зовнішньому), так і в різні періоди на одному і тому ж ринку. Одні галузі отримують високий прибуток, інші – є збитковими. Формування конкурентних ринкових відносин у сучасних умовах є одним із першочергових завдань держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблеми конкуренції та конкурентоспроможності на аграрних ринках досліджували В.Я. Амбросов, В.Г. Андрійчук, В.П. Галушко, О.Д. Гудзинський, О.Ю. Єрмаков, М.М. Ільчук, С.М. Кваша, В.Я. Месель-Веселяк, М.Й. Малік, С.А. Нестеренко, Б.Й. Пасхавер, П.Т. Саблук, В.П. Ситник, В.К. Савчук, Л.М. Худо-

лій, В.К. Терещенко, О.М. Шпичак, В.М. Яценко та багато інших науковців.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження і конструктивний аналіз сутності понять «конкуренція» і «конкурентоспроможність» на аграрному ринку та визначення факторів впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Агропромисловий комплекс залишається важливим складником економіки нашої держави та головним чинником подальшого розвитку трансформаційних та інтеграційних процесів. Безпечність сільськогосподарської продукції є одним із вирішальних складників економічної та продовольчої безпеки країни.

Для аграрного сектору сьогодні є важливими питання розбудови системи якості та безпечності сільськогосподарської продукції та створення високоефективної інфраструктури аграрного ринку, здатної створити умови для надійного ресурсного постачання і збуту сільськогосподарської продукції [7, с. 31].

Слід зазначити, що більшість видів сільськогосподарської продукції є сировиною, що визначає значний рівень її стандартизації та звужує застосування аграрними підприємствами методів створення конкурентних переваг у частині розроблення та освоєння виробництва унікальних товарів з імплементацією відповідних маркетингових стратегій. При цьому трансформація конкурентних структур відбувається винятково під впливом цінових та результативних факторів. Аграрні підприємства для підтримання належного рівня економічної ефективності своєї діяльності мають адаптуватися до вказаних умов. У цьому процесі особливого значення набуває коректна ідентифікація конкурентної ситуації цільового ринку та напряму її розвитку [5, с. 104].

Конкуренція виступає як спроможність товаровиробників створювати для себе певні переваги в конкурентному ринковому середовищі на основі максимального використання досягнень агротехнічного прогресу організації праці, виробництва й управління, товаровиробники, які домагаються високої продуктивності праці, низької собівартості продукції підвищення її якості і споживної вартості, стають конкурентоздатними на ринку. Таким чином, умови конкуренції стимулюють розвиток агротехнічного прогресу, впровадження наукової організації праці, виробництва й управління. В умовах ринкової економіки саме конкуренція змушує впроваджувати найпродуктивніші методи ведення землеробства і тваринництва, систематично підвищувати родючість ґрунтів, здійснювати комплексно-меліоративні роботи, постійно вдосконалювати систему утримання і годівлі продуктивної худоби та розвивати селекційно-племенну роботу.

Однак треба відзначити, що в сучасних кризових умовах конкуренція обертається дуже великим лихом для багатьох сільськогосподарських виробників. Так господарства Карпат, Полісся та деяких інших районів, які використовують найменш родючі землі і ведуть своє сільське господарство в малосприятливих умовах, не витримують конкуренції і згортають виробництво. Необмежена конкуренція призводить до банкрутства великої кількості підприємств, зростання їх збитковості, сповільнення агропромислового виробництва. Необмежена конкуренція породжує безробіття, стагнацію розвитку продуктивних сил, скорочення виробничих потужностей підприємств, зміцнює привілеї корумпованих і мафіозних груп суспільства, підриває роль економічних стимулів розвитку економіки [1, с. 213].

Недосконала конкуренція, що передбачає монополізацію ринку, дає можливість нарощувати прибуток більш легким шляхом, обмежуючи не індивідуальні витрати, а обсяги виробництва і збуту, тим самим збільшуючи ціну. Але прагнення виробників до отримання прибутку

не сприяє ефективному розподілу ресурсів у масштабах країни, оскільки випуск продукції за інших рівних умов менше, а рівень цін – вище, ніж в умовах вільного ринку.

Таким чином, виникають протиріччя між інтересами суспільства і окремих підприємців, яким важливо збільшити ринкову владу і досягти монополізації ринку, тому в Україні сформувалися ринки в тому чи іншому ступені, що відхилилися від моделі досконалої конкуренції.

Залучення іноземного капіталу в українську економіку призвело до деякого поживлення конкуренції, хоча суттєвого поліпшення ситуації з оновлення асортименту і підвищення якості вітчизняної продукції так і не відбулося. Ось чому багато видів продукції українських підприємств, у тому числі й сільськогосподарських, на світовому і внутрішньому ринках залишаються неконкурентоспроможними.

Економіку країни характеризують регіональна зацікавленість, нерозвиненість ринкової інфраструктури, ринків праці і капіталу, обмеження на ввіз-вивіз продукції, високі тарифи на перевезення продукції.

Роль агропромислового ринку в економіці країни настільки велика, що не буде перебільшенням уважати його головним для ефективного функціонування й укріплення всього внутрішнього ринку. У зв'язку із цим слід правомірно говорити про велике значення АПК щодо створення конкурентоспроможної ринкової економіки України, позбавлення її від необхідності бути сировинним додатком світового ринку. Агропромислова політика залежно від правильності або неправильності її побудови здатна перетворити країну на потужну економічну державу або на слабозрозвинену [3, с. 56]. В агропромисловому комплексі, де спостерігається велике різноманіття всередині кожної галузі, а також між регіонами, слід виділити три види конкуренції: внутрішньогалузеву, міжгалузеву і міжрегіональну.

Розвиток ринку і конкурентного середовища нерозривно пов'язаний із розвитком внутрішньогалузевої конкуренції, тобто є суперництво між організаціями, що виробляють однакову або взаємозамінну продукцію. Для того щоб внутрішньогалузеву конкуренцію визнати такою, що відбулася, необхідно забезпечити конкурентне число таких організацій-виробників. Відповідно до закордонних стандартів, кількість однотипних підприємств, що виробляють однотипну продукцію, повинна бути не менше 20, щоб між ними почалася ймовірна, хоча і монополна, конкуренція [2, с. 22].

Внутрішньогалузева конкуренція характеризується наявністю на ринку різних господарюючих суб'єктів, що реалізують різні види продукції (молоко, м'ясо, зерно та ін.). Оскільки сільськогосподарські товаровиробники виходять на ринок не з кінцевим продуктом, на етапі його зберігання, переробки і наступної реалізації

виникають нові конкуренти в особі заготівельних і переробних підприємств, які ведуть боротьбу за розширення сировинної зони і ринків збуту готової продукції.

Учасники такої конкуренції ведуть боротьбу передусім за те, щоб заволодіти й утримати місце на ринку, щоб схилити покупця до придбання продукції саме цього підприємства, що означає послаблення конкурентів або їх усунення.

Вирішення цього завдання просте – реалізація такої ж продукції, як і у конкурентів, за більш низькими цінами або продукції кращої якості за такими ж цінами. Зниження витрат порівняно з конкурентами й становить той вигравш, який може отримати суспільство завдяки ринковим відносинам в економіці.

Міжгалузєва конкуренція зумовлена багатогалузєвим характером сільськогосподарського виробництва і характеризується наявністю на ринку господарюючих суб'єктів, що пропонують різні види продукції, які борються між собою за покупця і за свою частку в спільному прибутку. Наслідком цього стає: зміна обсягів їх виробництва, вдосконалюються їх структура і міжгалузєві зв'язки, відбувається міжгалузєва міграція капіталів.

Ринкові відносини посилили міжрегіональну диференціацію, що пов'язана із включенням механізму ринкової конкуренції, що поділив регіони за їх конкурентними перевагами і недоліками. З'явилася різна адаптація до ринку регіонів із різною структурою економіки, менталітетом населення і влади. Значно послабшала керуюча роль держави, що виражається у скороченні державних інвестицій у регіональний розвиток економіки, у відміні більшості регіональних, економічних і соціальних компенсаторів [3, с. 167].

В останні роки посилилася міжрегіональна конкуренція на ринку продукції тваринництва. Через низьку купівельну спроможність місцевого населення і щорічно зростаючі обсяги виробництва птахівницькі підприємства значну частину виробленої продукції відправляють за кордон. Нарощування присутності української м'ясної продукції на світових ринках відбувається завдяки галузі птахівництва. Частка м'яса птиці у 2017 р. в загальних обсягах експорту становить 79% (240 тис. т, або на 49% більше, ніж у 2015 р.) [6].

Конкуренція в агропромисловому комплексі України формується одночасно за двома напрямками: між господарствами з різними формами власності та між усіма товаровиробниками за найбільш вигідні економічні умови діяльності й фінансові результати.

На конкурентоспроможність аграрного сектору регіону впливає конкурентоспроможність усіх організацій сільського господарства та середовища, в якому вони функціонують. Структура економічної діяльності є одним з основних факторів, що визначають конкурентоспромож-

ність регіону, і водночас сукупність матеріальних і нематеріальних елементів, або конкурентних ресурсів, сприяє досягненню конкурентного успіху суб'єктів господарювання. Своєю чергою, конкурентний успіх регіону і сільськогосподарських організацій є основою підвищення якості життя населення.

На муніципальному рівні здатність суб'єктів аграрного ринку створювати, використовувати й утримувати конкурентні переваги суттєво впливає на розвиток сільських територій. Структура економічної діяльності є одним з основних факторів, що визначають конкурентоспроможність муніципальних утворень, і водночас сукупність матеріальних і нематеріальних елементів, або конкурентних ресурсів, муніципального утворення сприяє досягненню конкурентного успіху господарюючим суб'єктом. Своєю чергою, конкурентний успіх муніципальних утворень і сільськогосподарських організацій є основою підвищення якості життя населення.

Конкурентні переваги галузі й організацій аграрного сектору економіки ґрунтуються на ресурсах, інвестиційних, інфраструктурних, інноваційних та інформаційних факторах. Кожний попередній фактор конкурентних переваг є базою для розвитку наступного, збільшуючи людський і соціальний капітал.

Значно впливають на конкурентоспроможність учасників ринку монополізм, тіньова економіка, корупція, необґрунтовані ризики.

У сучасних ринкових умовах сільськогосподарські товаровиробники, що набули статусу юридично самостійної особи, відчують складнощі у фінансуванні, кредитуванні, організації товароруху продукції, що виробляється на ринок, в аналізі й обліку ринкової кон'юнктури, вивченні попиту і пропозиції, плануванні виробництва. У зв'язку із цим сучасний стан продовольства України характеризується дефіцитом товарів вітчизняного виробництва, їх низькою якістю та високими цінами для населення і, як наслідок, значними обсягами імпорту. При цьому кожний регіональний продовольчий ринок має свої особливості і рівень розвитку, у тому числі й конкурентного середовища.

Аграрний ринок – складова частина єдиного ринкового простору, тому в основі його функціонування лежать загальні принципи ринкового господарювання: орієнтація на споживача, свобода вибору, свобода виробника, конкурентний характер відношень, пріоритет приватного інтересу [2, с. 20].

Вітчизняний аграрний ринок є відкритою системою з ознаками значної нестабільності. Ознаками останньої є недостатньо високий рівень внутрішнього споживання, залежність ринкової кон'юнктури від структурно-динамічних тенденцій зовнішніх ринків, низький рівень інфраструктурного розвитку. Деформація конкурентних структур внутрішнього ринку зумовлює тенденції ціноутворення на стадії продажу

продукції аграрними підприємствами посередникам, інтереси яких домінують над інтересами товаровиробників, що суттєво знижує рівень економічної ефективності основної діяльності останніх. Указане вимагає формалізації особливостей функціонування ринку сільськогосподарської продукції в контексті ідентифікації умов підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності діяльності аграрних підприємств [5, с. 107].

Функціонування ринку можна представити як механізм взаємодії інтересів виробників продукції та її споживачів, на якому базується обмін товарів, або як своєрідний інструмент узгодження інтересів сфери виробництва й сфери споживання. З урахуванням особливостей розвитку АПК аграрний ринок розглядається як:

- особлива соціально-економічна система, що функціонує відповідно до потреб у продуктах харчування, доходів населення, можливостей і особливостей аграрної сфери, специфіки зовнішніх зв'язків;

- складна система, у рамках якої функціонують і взаємодіють виробники різноманітної сільськогосподарської продукції, переробники, посередники та інфраструктурні елементи;

- спосіб поєднання різних сегментів економіки, який завдяки змінам ціни доходів впливає на виробництво й споживання;

- специфічний механізм взаємозв'язку економічно відокремлених суб'єктів господарювання, що базується на товарно-грошових відносинах і конкуренції.

Специфічна риса аграрного ринку – недостатня гнучкість попиту і пропозиції. Вона виявляється у середньостроковому періоді в так званих «помилкових коливаннях», у довгостроковому – у вигляді змін ринкової структури. Як наслідок, ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію призводять до нераціонального розподілу ресурсів. В основі недостатньої гнучкості попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції лежить їхня низька цінова еластичність, яка пояснюється тим, що сільськогосподарська продукція – це, як правило, життєво необхідні продукти харчування. Чим вищий ступінь необхідності продукції, тим буде незначнішою реакція на зміну ціни [4, с. 43].

Недостатня гнучкість попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції в умовах ринкової кон'юнктури, що змінюється, породжує таку особливість аграрного ринку, як складна адаптація до структурних змін сучасної економіки.

Відмінна риса аграрного ринку – низька кон'юнктура, яка виявляється у відносному надлишку пропозиції сільськогосподарської продукції. Ринковий механізм неспроможний урівноважити попит на сільськогосподарську продукцію з її пропозицією за паритетного з іншими галузями економіки рівня цін. Це пов'язано з імобільністю ресурсів, що використовуються у сільськогосподарському виробництві й ускладнює

переміщення ресурсів із сільського господарства в більш прибуткові галузі з високою ринковою кон'юктурою. Такі ресурси, як сільськогосподарські угіддя, сільськогосподарські тварини, сільськогосподарські насадження, не можуть знайти альтернативного застосування в інших сферах економіки.

Разом із цим економіка аграрного ринку виокремлюється в окремий напрям досліджень, оскільки загальні принципи виявляються на цьому ринку специфічними. Пояснюється це особливостями сільського господарства, які можна поділити на дві групи факторів:

- перша група факторів зумовлена тісним зв'язком аграрних технологій із природними умовами: погодою, кліматом, фізіологією рослин і тварин;

- друга група факторів визначається перерозподілом в аграрному суспільстві економічних і соціально-демократичних процесів.

- Ефект впливу цих факторів виявляється у специфічних рисах функціонування аграрного ринку.

Конкуренція у сільському господарстві відрізняється великою кількістю конкурентів на ринку та перешкод на шляху виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції.

Негативно впливає на стан конкурентного середовища домінуюче становище переробних підприємств, що встановлюють ціни на продукцію аграрного сектору без урахування рівня витрат на їх виробництво в сільськогосподарських підприємствах, обмеженість виробничого потенціалу і фінансових ресурсів.

Однією з умов ведення аграрного виробництва є гарантований збут виробленої продукції. Споживачі продукції, постачальники техніки або добрив дещо сильніше сільськогосподарських товаровиробників. Прямим наслідком такого дисбалансу є феномен «ножиці цін». Сутність його полягає у тому, що ціни на спожиту сільським господарством промисловою продукцію ростуть швидше, ніж відпускні ціни її власних продуктів, у результаті чого сільськогосподарські підприємства несуть збитки [2, с. 21].

Розвиток ринкових відносин нерозривно пов'язаний із боротьбою товаровиробників за більш вигідні умови виробництва і збуту продукції для отримання максимального прибутку. Це зумовлює проникнення на ринок, окрім конкурентів з інших регіонів України, постачальників імпортованої продукції.

Посилена орієнтація українських споживачів на закордонні товари і послуги помітно гальмує розвиток українських виробників і призвела до збільшення рівня реальної імпортозалежності внутрішнього ринку країни.

У складі основних факторів, що стимулюють попит на імпортовану продукцію, слід звернути увагу на ступінь дії тих факторів, що піддаються регулюючому впливу. До цієї групи відносять динаміку цінової конкурентоспроможності

імпорту на внутрішньому ринку України відносно вітчизняної продукції і динаміку реальних доходів населення. За зростання ціни на вітчизняну продукцію більш високими темпами цінова конкурентоспроможність імпорту на внутрішньому ринку зростає повільніше.

Разом із цим найбільший вплив на розвиток внутрішнього попиту на імпорт здійснює зростання реальних доходів населення – основного споживача імпортованої продукції. Зростання реальних доходів населення є головною умовою, за якої імпортери, що орієнтуються на забезпечення споживчого ринку країни, можуть реалізувати на свою користь використання цін на імпорт і цін на українські аналоги.

Необхідно звернути увагу на те, що суттєвого розширення асортименту і підвищення якості продукції вітчизняного виробництва не відбулося, тому багато видів продукції, у тому числі й сільськогосподарської, на світовому і внутрішньому ринках залишається неконкурентоспроможною.

Послаблення ролі держави в розвитку аграрної сфери, відміна державного замовлення, відміна єдиного планування та наукової концепції проведення аграрної реформи призвели до послаблення керованості сільського господарства, зниження його ролі у формуванні бюджету країни, погіршення продовольчої безпеки країни.

Україна – країна, яка вимушена боротися за свою нішу в системі світового ринку. Успіх справи буде залежати від темпів постійної модернізації і збільшення ефективності ринкових відносин, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Конкурентна боротьба в ринковій економіці не є єдиним методом вирішення конфліктів між конкурентами. Існує декілька способів вирішення конфліктів між суперницькими організаціями. Одним із таких способів є налагодження співробітництва між господарючими суб'єктами, формування різних типів інтеграційних угод.

Зберігаючи неконкурентоспроможність значної частини українських товаровиробників у виробництві продукції має своєю причиною і таку, яка неспроможна до ділового співробітництва, відсутність раніше існуючих та ефективно

функціонуючих виробничо-економічних зв'язків як у галузевому, так і територіальному форматах.

Серед основних причин, що зумовлюють становлення між конкурентами визначених форм співробітництва, виділяють такі:

- конкурентам стратегічно важливо здійснювати скоординовані дії;
- у конкурентів є спільні комерційні інтереси на конкретному ринку товарів (послуг);
- ціна перемоги стає не розумною в комерційному і соціальному аспекті.

Створенню умов для підвищення конкурентоспроможності сприяють регуляторні акти Міністерства аграрної політики та продовольства України, постанови Кабінету Міністрів України, Державні цільові програми розвитку українського села на період до 2020 р., Програма діяльності Кабінету Міністрів України «Український прорив: для людей, а не політиків».

Принциповим є визначення мети аграрної політики. Такою метою на тривалу перспективу є формування ефективного та стійкого агропромислового виробництва, яке б відповідало світовому рівню, що забезпечує продовольчу безпеку країни, насичення ринку доступним для всіх груп населення продовольством, а промисловість – сировиною.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, конкурентоспроможність можна розглядати як спроможність об'єктів займати певну ринкову нішу. Вона характеризує ступінь їх відповідності ринковим потребам: пропозиції (товару) – попиту на нього; підприємства – можливості забезпечити конкурентні переваги; країни – економічній і соціальній моделі. Забезпечення конкурентоспроможності можливо лише за радикальних змін на рівні господарювання, досягнення високої ефективності виробництва, у тому числі, і за рахунок якості виробленої продукції. Залежно від цих змін для України або з'являються шанси вигідно адаптуватися до загальноєвропейського і світового простору, або залишиться загроза збереження кризового стану в сільському господарстві та АПК у цілому, а отже, продовольчій незалежності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аграрна економіка і ринок: монографія / За ред. Р.А. Іванух, С.Л. Дусановського, Є.М. Білан. Тернопіль: Збруч, 2003. 305 с.
2. Гришаева Л. Концептуальные основы аграрного рынка. Международный сельскохозяйственный журнал. 2002. № 1. С. 20–23.
3. Забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на внутрішньому і зовнішньому ринках: наук. доп. / За ред. В.М. Трегобчук, Б.Й. Пасхавера. К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2007. 260 с.
4. Кваша С.М. Наукові підходи до регулювання аграрного ринку. Економіка АПК. 2006. № 7. С. 42–45.
5. Красноруцький О.О., Зайцев Ю.О. Адаптаційний інструментарій управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. 2016. Т. 1. № 1. С. 100–113. ISSN 2415-8453.
6. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://minagro.gov.ua>.
7. Яценко О.М. Конкурентоспроможність галузей сільського господарства в умовах глобалізації ринку продовольства. Економіка АПК. 2013. № 1. С. 31–38.

УДК 622.272.8:658.012

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ

MANAGEMENT OF ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES: WAYS OF ENHANCING EFFICIENCY

Папіж Ю.С.кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Дубей Ю.В.кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Статтю присвячено дослідженню питання щодо управління діяльністю промислових підприємств у контексті підвищення її ефективності. Обґрунтовано необхідність розширення сукупності критеріїв оцінки ефективності діяльності промислових підприємств на прикладі енергетичної галузі, зокрема вугільних шахт, із позицій управління їхнім ресурсним потенціалом. Запропоновано модель оцінки впливу на ресурсний потенціал промислового підприємства внутрішніх факторів, що мають стохастичний характер.

Ключові слова: промислове підприємство, управління, діяльність, ефективність, ресурсний потенціал.

Статья посвящена исследованию вопроса по управлению деятельностью промышленных предприятий в контексте повышения ее эффективности. Обоснована необходимость расширения совокупности критериев оценки эффективности деятельности промышленных предприятий на примере энергетической отрасли, в частности угольных шахт, с позиций управления их ресурсным потенциалом. Предложена модель оценки влияния на ресурсный потенциал промышленного предприятия внутренних факторов, имеющих стохастический характер.

Ключевые слова: промышленное предприятие, управление, деятельность, эффективность, ресурсный потенциал.

The article investigates the research of the issue of management of the activity of industrial enterprises in the context of increasing its efficiency. The necessity of expanding the set of criteria for evaluating the efficiency of industrial enterprises is substantiated by an example of the energy sector, in particular, coal mines, from the point of view of management of their resource potential is grounded. A model of assessment of the impact on the resource potential of the industrial enterprise internal factors that are stochastic in nature is proposed.

Key words: industrial enterprise, management, activity, efficiency, resource potential.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасна економічна наука і практика господарювання висунули низку проблем, однією з яких є комплексне оцінювання виробничо-господарської діяльності підприємства. Оцінювання діяльності підприємства створює передумови для виявлення та реалізації внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності виробництва, сприяє досягненню кращих кінцевих результатів, ухваленню позитивних господарських рішень.

В умовах сьогодення рівень розвитку та якість функціонування паливно-енергетичного комплексу України мають визначальний вплив на стан економіки, вирішення проблем соці-

альної сфери та рівень життя людей. З перших днів незалежності України питання енергетичної незалежності держави стало пріоритетним. Основні зусилля були спрямовані на вирішення проблем паливно-енергетичного комплексу, які були пов'язані з невідповідністю його організаційної структури умовам конкурентного ринкового середовища, значною зношеністю і низькою енергоефективністю основних фондів та обмеженістю капіталовкладень на їх оновлення, низькою інвестиційною привабливістю підприємств ПЕК.

Інтеграція до Європейського Союзу визначена Україною як один з основних пріоритетів розвитку, що, своєю чергою, накладає на державу певні зобов'язання, у тому числі й забезпе-

чення енергетичної безпеки, наближення параметрів ПЕК України до норм та стандартів ЄС. Передусім це стосується саме вугільної промисловості, адже вугілля є одним з основних власних первинних енергоресурсів України.

Сьогодні, враховуючи напружену соціально-політичну та економічну ситуацію на сході країни, у паливно-енергетичному секторі та в умовах настання осінньо-зимового періоду, заходи щодо підготовки до приватизації, а також передачі на приватизацію вугледобувних об'єктів, а також енергетичних об'єктів тимчасово призупинені [7]. Але водночас Міністерство енергетики та вугільної промисловості України продовжує роботу в напрямі вдосконалення нормативної бази, відповідно до якої відбуватимуться приватизаційні процеси в галузі, що підвищує інтерес до здійснення даного дослідження.

З позицій оцінки ефективності діяльності вугільних підприємств та організації приватизації державних підприємств досить багато діючих підприємств відповідає вимозі окупності інвестицій протягом строку служби, що залишився. Тому критерій «залишковий термін служби шахти 10 і більш років» є критерієм необхідним, але недостатнім для формування групи стабільно працюючих гірничодобувних підприємств, що розвиваються. Як правило, критеріями оцінки ефективності діяльності гірничодобувних підприємств та потенційного їх відбору в групу пріоритетності приватизації прийняті такі: величина промислових запасів вугілля, термін служби шахти, річна виробнича потужність (500 тис. т і більше) і рівень освоєння виробничої потужності (не менш 80%). Можна при цьому прогнозувати, наприклад, певне підвищення навантаження на лави або збільшення їх кількості на шахтах. Але це збільшення чи навряд вичерпає наявні обсяги резервування, забезпечення яких поглинає значні матеріальні та фінансові ресурси. Саме це й зумовило актуальність дослідження оцінки ефективності діяльності підприємств енергетичної галузі, зокрема, вугільних шахт.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Питання, пов'язані з особливостями оцінки ефективності діяльності підприємств гірничодобувної галузі, висвітлено у публікаціях зарубіжних дослідників: Р. Акоффа, І. Ансоффа, І. Кунца, Л.Г. Окорокової, А. Файоля та ін. Окремі підходи до оцінки ефективності діяльності гірничодобувних підприємств, особливо вугільних шахт, оцінки їх потенціалу привертала увагу багатьох вітчизняних учених, серед яких: О.І. Амоша, О.С. Астахов, О.Г. Вагонова, Т.А. Гатов, Ю.З. Драчук, Г.К. Губерна, А.І. Кабанов, О.Ф. Ляшенко, Л.Л. Майзель, В.Є. Нейсбург, І.В. Петенко, Б.Л. Райхель, С.С. Резніченко, В.І. Саллі, І.А. Фесенко, Ю.П. Яценко та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується

означена стаття. Сучасні умови ставлять нові завдання щодо вдосконалення оцінки ефективності діяльності підприємств гірничодобувної галузі в умовах невизначеності зовнішньої дії. При цьому слід зазначити, що використання вдалої сукупності кількісних показників для здійснення цієї оцінки полегшує розв'язання поставленого завдання з погляду її формалізації в процесі моделювання, котрим присвячується означена стаття.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає в удосконаленні критеріїв оцінки ефективності діяльності промислових підприємств на прикладі енергетичної галузі, зокрема вугільних шахт.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Проблеми використання внутрішніх резервів технологічних ланок вугільних шахт добре перекликаються з поняттям «економічна надійність». Практично це – комбінація можливості функціонування шахти на заданому рівні економічної надійності й ступеня використання ресурсного потенціалу підприємства. Аналіз показує, що на переважній більшості вугільних шахт України вузькою ланкою є гірничі роботи за багаторазового резервування пропускної здатності інших технологічних ланок [2].

Вугільна шахта являє собою систему, яка в кожний даний момент часу має у своєму розпорядженні певні резерви. Ці резерви можна розділити на: 1) технологічні, які, своєю чергою, підрозділяються на загальношахтні й резерви окремих виробничих ланок; 2) організаційні, які характеризують безпосереднє використання часу робітників, рівень їх кваліфікації, а також ступінь використання можливостей устаткування інших елементів шахтного господарства. Організаційні резерви в реальних умовах вугільних шахт досить ємні, й організація виробництва здебільшого далека від досконалої, тому в даній роботі будемо розглядати найбільш важливі способи регулювання резервів, насамперед з погляду ресурсного потенціалу шахти.

Резерв шахти являє собою об'єднання резерву потужності й пропускної здатності її технологічних ланок. Потужність шахти визначається можливим вибутком з очисних вибоїв, усі інші ланки шахти характеризуються пропускною здатністю, тому що вони лише транспортують вантажі, включаючи й переміщення людей. Резерви шахти – це передусім резерви пропускної здатності. Вони закладаються під час проектування й визначення виробничої потужності для діючих шахт [1].

Отже, ефективність шахти у цілому, з одного боку, визначається ефективністю кожного виробничого підрозділу, що входить до її складу, з іншого – взаємною координацією цілей усіх виробничих підрозділів, що сприяють досягненню загальних цілей підприємства. Тобто для вугільних шахт можливості досягнення загальних цілей являють собою суму локальних можливостей

досягнення цілей по всіх виробничих підрозділах.

З погляду управління ресурсним потенціалом розвиток шахти в часі та просторі є об'єктивною необхідністю й споконвічно зумовлене істотною властивістю вугільних пластів – їх невідтворюваністю. Все різноманіття конкретних форм розвитку окремих шахт можна звести до збереження або зміни їхньої потужності або зміни меж гірничого відводу, якщо передбачене об'єднання декількох шахт гірничими роботами.

Як відомо, через певні проміжки часу (3–5 років) кожна шахта зазнає технічної експертизи на предмет визначення пропускну здатності її головних технологічних ланок: гірничі роботи, транспорт, підйом, вентиляція й технологічний комплекс поверхні. За найвужчою ланкою й визначається виробнича потужність шахти.

Найважливішим економічним показником будь-якого варіанта розвитку підприємства є його ресурсний потенціал, і враховувати цей фактор необхідно, тому що виробничі ресурси, як правило, обмежені. Якщо керуватися цією обставиною безпосередньо й виокремлено, то критерієм найкращого варіанта завжди буде мінімум ресурсів, що використовуються. Однак такий критерій не може бути прийнятий у принципі, тому що він стимулює пріоритет найбільш дешевих варіантів розвитку шахти, що в перспективі прирікає економіку підприємства й галузі до застою.

Збільшення ресурсного потенціалу (більш дорогий варіант) дає змогу розв'язати в бажаному напрямі низку найважливіших економічних проблем: збільшення обсягу видобутку вугілля, підвищення його якості, підвищення рівня концентрації виробництва, зниження (або вповільнення росту) собівартості. Проблема полягає у співвідношенні обсягу ресурсного потенціалу й досягнутого ефекту, тому ресурсний потенціал під час моделювання доцільно враховувати у вигляді обмежень шляхом прийняття ліміту матеріальних, людських або фінансових ресурсів, який не може бути перевищений.

Дуже важливо передбачити в математичній моделі можливості регулювання потужності підприємства за рахунок закладених в устаткуванні технологічних резервів. Наприклад, можливість регулювання навантажень на очисні вибої за рахунок зміни можливої змінної продуктивності виймальних машин на певну величину. Цю обставину можна врахувати спеціальним параметром $f_i(D)$, що залежить не від кількості очисних комплексів, а від фонду часу роботи i -ї лави для забезпечення заданих обсягів видобутку в рамках споживчого попиту.

Як відомо, більшість економіко-математичних моделей оптимізації зводяться до визначення оптимального рівня видобутку по шахті з погляду максимізації прибутку або мінімізації виробничих витрат. Якщо ж слідувати логіці резервування, тобто підвищення гнучкості в

плануванні навантажень на виробничі ланки шахти, то в моделі мають бути неодмінно присутні умови виконання обмеження по можливостях очисного устаткування (включаючи резервні ділянки) і по лімітах на виробничі (у тому числі природні) ресурси підприємства.

З урахуванням останнього авторами запропонована двоступінчаста постановка задачі моделювання навантажень на основні ланки з урахуванням забезпечення гнучкості в управлінні виробничими ресурсами.

Припустимо, X – мінімальний обсяг видобутку, який необхідно забезпечити протягом року; R_i – кількість ресурсів j -го виду, що потрібна для забезпечення заданого обсягу видобутку. Величини X і R_i ($i = 1, \dots, N$) у моделі є основою системи обмежень і приймаються відомими у вигляді прийнятих меж (перший рівень), а потім у вигляді змінних за ступінчастого регулювання витрат ресурсів і підвищення виробничих витрат у разі падіння обсягів видобутку (другий рівень).

Величина N характеризує загальну кількість видів ресурсів, що підлягають використанню у моделі. У цьому разі в поняття «ресурс» вкладений досить широкий економічний сенс. Сюди входять як усі види ресурсів, що безпосередньо беруть участь у виробничих процесах, так і фінансові та природні ресурси зі змінним складником (мається на увазі відмова від відпрацювання окремих ділянок або відмова інвесторів від фінансування).

Таким чином, на першому етапі моделювання не розглядаються можливі зміни обсягів видобутку і виробничих витрат, а планується видобуток на реальних потужностях основних ланок. Підвищення міри достовірності результатів моделювання на етапі поточного планування забезпечується тим, що варіант плану розглядається не як деяке визначальне поняття, як це має місце у моделях перспективного планування, а конкретніше – на основі безпосереднього використання нормативного підходу до оцінки вкладень кожної одиниці матеріальних ресурсів в 1 т видобутого вугілля.

Такий підхід дає змогу від дискретних моделей перейти до розгляду безперервних моделей із надійнішим математичним апаратом.

Залежно від кількості й якості вугілля, що добувається, попиту на енергоносії даного сорту, можливостей забезпечення технологічних ланок виробничими ресурсами обмеження щодо потужності шахти можуть встановлюватися як у вигляді єдиного показника річного видобутку D_j , так і у вигляді показників видобутку по окремих періодах планування у разі коливання споживчого попиту.

Із зовнішніх ресурсів шахти нами враховано паливо, електроенергію, матеріали, а з внутрішніх – структуру топології мережі виробок, розкриті і підготовлені запаси, очисне і прохідницьке устаткування.

У запропонованому типі моделі разом із сис-

темою обмежень по можливостях виймальної техніки додаються обмеження по лімітуючих матеріалах, фонду заробітної плати, заданому обсягу видобутку. Головним, на нашу думку, є обов'язкова присутність обмежень за можливостями ланки «гірничі роботи», які найбільш яскраво характеризують внутрішні можливості шахти і піддаються регулюванню у бік зниження виробничої потужності.

Пропонується розглянути також й аспекти дії на ресурсний потенціал зовнішніх і внутрішніх чинників, що мають стохастичний характер. Це в принципі можна уявити у вигляді певного ризику, причому міра ризику істотно знижується за рахунок того, що розглядається не важкодосяжний приріст обсягів видобутку, а його зниження. Причому це зниження повинне супроводжуватися певним управлінням ресурсного потенціалу.

У процесі моделювання авторами пропонується прийняти два критерії: максимум видобутку за заданого ресурсного потенціалу й мінімум витрат на видобуток. Очевидно, що кращий варіант стосовно першого критерію не обов'язково виявиться кращим і за другим критерієм, наприклад якщо збільшення обсягу видобутку вимагає додаткових інвестицій. Що стосується вибору критерію мінімізації витрат або максимізації обсягів видобутку, так це є прерогативою інвестора.

Структура пропонованої моделі виглядає так:

$$\text{Модель 1. } \sum_{i=1}^n X_i \rightarrow \max \quad i = \overline{1, n} \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^n (k_m) m_i x_i \leq M \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^n (k_e) e_i x_i \leq E \quad (3)$$

$$\sum_{i=1}^n (k_l) l_i x_i \leq L \quad (4)$$

$$\sum_{i=1}^n f(d_i) x_i \geq D \dots 0,85D \quad (5)$$

$$\text{Модель 2. } \sum_{i=1}^n S_i x_i \rightarrow \min \quad i = \overline{1, n} \quad (6)$$

$$\sum_{i=1}^n m_i x_i = M \quad (7)$$

$$\sum_{i=1}^n e_i x_i = E \quad (8)$$

$$\sum_{i=1}^n l_i x_i = L, \quad (9)$$

де k_m, k_e, k_l – ступені регулювання витрати на 1 т відповідно ресурсів за матеріалами, електроенергією й робочою силою;

M, E, L – можливості шахт по зазначених ресурсах.

Обмеження (5) припускає можливість зниження потужності шахти на 15%, тобто від рівня D до рівня $0,85D$.

Відмінною рисою пропонованого підходу до оцінки використання ресурсів є градієнтне скорочення ліміту по ресурсах за допомогою коефіцієнтів k_m, k_e і k_l , а також регулювання величини функціонала до значень, що забезпечують обсяг видобутку на заданому рівні. Створення такого регулюючого механізму дає змогу порівняти можливості шахт по основних ресурсах (матеріалах, електроенергії, робочій силі) з технічними аспектами планування розвитку гірничих робіт, стан яких кількісно оцінюється рівнем концентрації.

Алгоритм управління виробничими ресурсами полягає у такому. Ліміт ресурсу, що має найменшу «тіньову ціну», має бути зменшений; при цьому величина зниження вибирається довільно, але узгоджується зі змінами гірничотехнічних умов виробництва, а також прогнозними змінами попиту на вугілля, що добувається. Маючи результати рішення прямої і подвійної задачі, можна судити про ефективність роботи системи. Як правило, неефективна робота вугільних шахт (і особливо збиткових) багато в чому пояснюється неучастю частини виробничих ресурсів у технологічних процесах, хоча вартість цих ресурсів так або інакше переноситься на собівартість видобутку.

Розв'язок задачі здійснюється двоїтим симплекс-алгоритмом для одержання оптимального результату й об'єктивно зумовлених «оцінок» 1 грн. матеріальних ресурсів, 1 кВт/ч електроенергії й 1 ос./зм робочої сили. Ці «оцінки» необхідні для встановлення ступеня використання ресурсного потенціалу й відповідного його регулювання на основі градієнтного скорочення ліміту ресурсів.

Запропонована вище методика дає змогу наочно прослідити залежність між мірою використання виробничих ресурсів та ефективністю виробництва.

Можна прогнозувати певне підвищення навантаження на лави або збільшити їх кількість на шахтах. Але це збільшення навряд чи вичерпає наявні обсяги резервування, забезпечення яких поглинає значні матеріальні та фінансові ресурси.

Водночас слід зазначити, що використання сукупності даних показників для формування певної групи шахт полегшує рішення поставленої задачі з точки зору її формалізації. В окремих випадках до групи перспективних шахт можуть бути віднесені шахти, які з низки об'єктивних і суб'єктивних причин у даний час не досягли необхідних значень показників, прийнятих для відбору шахт, але володіють достатнім потенціалом і за певних умов можуть значно поліпшити роботу. Їх відбір до групи шахт, які в різні періоди часу можуть наростити видобуток, робився шляхом експертної оцінки можливостей розвитку шахти в перспективі. Природно, що склад робіт і необхідні витрати для стабілізації і нарощування видобутку визначаються станом гірничих робіт і

виробництва, що склався, і можуть значно відрізнятися на кожній із шахт даної групи.

Отже, такий підхід до управління виробничими ресурсами й технічними параметрами відпрацьовування запасів дасть змогу адекватно оцінювати стан підприємства та ухвалювати об'єктивні рішення щодо підвищення ефективності його функціонування.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Система оцінювання діяльності промислових підприємств посідає центральне місце в процесі управління ними. Від удосконалення цих показників залежать більш повне використання підприємствами наявних резервів та орієнтація на підвищення кінцевих результатів роботи.

Вугільна промисловість України сьогодні потребує підвищеної уваги в контексті свого стратегічного значення для забезпечення енергетичної безпеки країни. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України продовжує роботу в напрямі вдосконалення нормативної бази, відповідно до якої відбуватимуться приватизаційні процеси в галузі, у кон-

тексті якої вугільні підприємства країни розділені на перспективні, потенційно перспективні й безперспективні. Але категоричність у такому питанні не виправдана. Вже неодноразово фіксувалося, коли шахти після такої класифікації переводили з однієї групи в іншу. Деякі шахти, спочатку визнані безнадійними, потім починали успішно працювати.

Для підвищення однозначності віднесення конкретної шахти до певної групи необхідні додаткові кількісні методи оцінки її стану, й насамперед методи управління ресурсним потенціалом у процесі трансформації потужності підприємства.

У даній роботі пропонується модель впливу на ресурсний потенціал шахти внутрішніх факторів, що мають стохастичний характер. Вибір варіантів оцінки за критерієм максимум видобутку за заданого ресурсного потенціалу або критерієм мінімуму витрат на видобуток може бути наданий інвестором. При цьому східчає регулювання витрат ресурсів, по суті, адекватно оперативному управлінню в умовах змінного попиту на вугілля даної марки і якості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Системный анализ шахты как объекта инвестирования / А.И. Амоша, М.А. Ильяшов, В.И. Салли. Донецк: ИЭП НАН Украины, 2002. 68 с.
2. Воспроизводство шахтного фонда и инвестиционные процессы в угольной промышленности Украины / Г.Г. Пивняк, А.И. Амоша, Ю.П. Яценко и др. К.: Наук. думка, 2004. 311 с.
3. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
4. Кучр В.А. Формування інвестиційної стратегії розвитку вугледобувного підприємства: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04; Національний гірничий ун-т. Дніпропетровськ, 2010. 34 с.
5. Папіж Ю.С. Удосконалення управління ресурсним потенціалом вугільних шахт: дис. ... кандидата екон. наук: 08.00.04. Д., 2012. 165 с.
6. Слюсаренко К.В., Концесвітна Г.В. Сучасний фінансовий стан та тенденції розвитку підприємств гірничодобувної галузі України. Економічний аналіз. 2013. Т. 13. С. 380–388.
7. Щодо реформування вугільної промисловості / Офіційний сайт Міністерства енергетики та вугільної промисловості України. URL: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article?art_id=244964085&cat_id=194359.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ

THE EFFICIENCY OF COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF AGRICULTURAL FIRMS UNDER EUROINTEGRATION

Скупейко В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Львівський університет бізнесу та права

У статті визначено необхідність проведення аналізу ефективності управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств на мікрорівні. Розробивши авторську анкету, проведено опитування респондентів у Львівській, Волинській та Рівненській областях. Для обґрунтування обсягу вибірки використано статистичну інформацію щодо чисельності зайнятих на підприємствах аналізованого виду економічної діяльності із застосуванням методики Інституту Геллапа (США). Результати опитування отримали статистичне обґрунтування та відповідні рекомендації щодо їх подальшого використання.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства, конкурентоспроможність, євроінтеграція, ефективність управління, чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, євроінтеграційні процеси, процеси управління.

В статье определена необходимость проведения анализа эффективности управления конкурентоспособностью сельскохозяйственных предприятий на микроуровне. Разработав авторскую анкету, проведен опрос респондентов во Львовской, Волынской и Ровенской областях. Для обоснования объема выборки использована статистическая информация относительно численности занятых на предприятиях анализируемого вида экономической деятельности с применением методики Института Геллапа (США). Результаты опроса получили статистическое обоснование и соответствующие рекомендации относительно их дальнейшего использования.

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия, конкурентоспособность, евроинтеграция, эффективность управления, факторы внутренней и внешней среды, евроинтеграционные процессы, процессы управления.

The article underlines the importance of analyzing the efficiency of competitiveness management in agricultural firms on a micro level. Having elaborated a special questionnaire, the author has performed a survey in Lviv, Volyn and Rivne regions. In order to determine the size of a sample, the author has investigated the statistical data on a number of employees of the enterprises in the industry, using the methodology of the Gallup Institute (USA). Results of the survey has been statistically corroborated as well as accompanied by author's recommendations for further use.

Key words: agricultural firms, competitiveness, eurointegration, management effectiveness, factors of external and internal environments, eurointegration processes, management processes.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Велике прикладне значення у контексті формування і подальшої реалізації ефективної політики зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств (СГП) має оцінювання ефективності управління цими процесами.

Попри наявність негативних аспектів функціонування, а також незадовільних тенденцій розвитку є достатні підстави говорити про те, що СГП України на сучасному етапі соціально-економічного поступу держави розвиваються

і формують достатньо вагомі передумови для зміцнення ключових характеристик своєї конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Підтвердженням цього є велика кількість досліджень, які проведені науковцями. Так, у своїх працях О. Винорадор [1], О. Трут [2], Ю. Дайновський [3] та Л. Лахтіонова [4] приділяли увагу аналізу конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Дещо ширше з позицій стратегічного бачення та практичної реалізації отриманих результатів дану проблематику

розглядали Г. Азоєв [5], Т. Сааті [6], Р. Фатхутдінов [7], І. Ансофф [8], А. Воронкова [9], А. Гальчинський [10] та ін. Не менш важливим є дослідження конкурентоспроможності підприємств на різних рівневих вимірах науковців М. Гельвіновського [11], Р. Лупака [12], А. Калини [13].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проте глобально спостерігаємо високий рівень впливу на параметри конкурентних позицій СГП усіх її функціональних складників, що підсилює актуальність комплексного і системного підходу та політики її забезпечення, які мають опиратися на результати аналізу ефективності управління конкурентоспроможністю на мікрорівні.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є проведення аналізу ефективності управління конкурентоспроможністю СГП на мікрорівні із застосуванням анкет.

Слід наголосити, що якщо для аналізу стану конкурентних позицій застосовуються відповідні кількісні методи, то отримання результатів у сфері менеджменту конкурентоспроможності можливе переважно із застосуванням якісних методів аналізу. Безпосереднє оцінювання ефективності управління конкурентоспроможністю СГП було проведено шляхом анкетування їхніх керівників та фахівців. Опитування проводилося у 2017 р. у Львівській, Волинській та Рівненській областях. Опитування здійснювалося з використанням анкети.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для обґрунтування обсягу вибірки використано статистичну інформацію відносно чисельності зайнятих на підприємствах аналізованого виду економічної діяльності. Прийнято рішення щодо оптимальності застосування методики Інституту Геллапа (США), згідно з якою за умови, якщо в опитуванні взяли участь 1,5 тис. респондентів (що до загальної вибіркової сукупності становить не менше 1%), то похибка такого опитування становить не більше 3%. Чисельність зайнятих у сільському господарстві Волинської області у 2016 р. становила 79,6 тис. осіб, у Львівській – 191,5 тис. осіб та у Рівненській областях – 85,5 тис. осіб [14, с. 57]. Виходячи з таких умов, було визначено обсяг вибірки у чисельності 3 600 осіб, що становить більше 1% від генеральної сукупності.

За результатами опитування ідентифіковано невисоку активність СГП відносно здійснення систематичної роботи з управління їхньою конкурентоспроможністю. Так, ствердну відповідь щодо ведення на підприємстві систематичної діяльності з управління конкурентоспроможністю підприємства дали 764 особи, що становило 31,2% від загальної чисельності опитаних. Відповідно 68,8% респондентів відповіли, що така робота на підприємстві не системна. Наявний стан справ слід об'єктивно вважати

негативним, оскільки в розвинених економіках стратегія, політика і тактика конкурентоспроможності посідають центральне місце в управлінні бізнесом і його розвитком.

Не зовсім раціональними слід вважати й ті заходи, які все ж реалізуються СГП у сфері їхньої конкурентоспроможності. Зокрема, переважаюча більшість заходів, що реалізуються підприємствами, стосувалася дослідження ключових характеристик кон'юнктури ринку – 57,3%, тобто діяльності, навіть більше пов'язаної з питаннями просування продукції на ринок.

Позитивно, що 36,0% заходів у сфері конкурентоспроможності стосувалися аналізу конкурентів та їхньої продукції, що тісніше корелює з політикою підприємств у сфері формування та реалізації їхніх конкурентних позицій. Разом із тим украй незначними є реалізовані підприємствами заходи з безпосереднього управління найбільш важливими аспектами конкурентної поведінки. Це організація і реалізація конкретних заходів із посилення конкурентних позицій (лише 5,0% від загальної чисельності відзначених заходів), моніторинг і контроль стану конкурентоспроможності підприємства і його продукції (1,1%), розроблення планів, стратегій, визначення тактики зміцнення конкурентоспроможності (0,5%). Загалом переважаюча більшість респондентів (87,6%) погодилася з повним складом запропонованих для погодження складників конкурентоспроможності підприємства, у т. ч. 98,8% включили до такого переліку фінансово-економічний складник конкурентоспроможності, 82,9% – ринково-інтерфейсний, 96,8% – виробничо-технологічний, 97,4% – матеріально-технічний та 79,6% – соціально-економічний. Це слугує підтвердженням раціональності і доцільності застосування вказаних складників як компонент конкурентоспроможності СГП.

Підтверджено й різний рівень вагомості їхнього впливу на значення інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності, причому отримані результати певною мірою відхиляються від результатів емпіричних обчислень (рис. 1). Зокрема, встановлено найвищий рівень впливу фінансово-економічної (0,26) та матеріально-технічної (0,24) компонент. При цьому виробничо-технологічний складник характеризувався коефіцієнтом 0,19, ринково-інтерфейсний – 0,17 та соціально-економічний – 0,14.

Власне, на основі цих компонент й було запропоновано представникам СГП оцінити стан конкурентоспроможності підприємств, які вони представляють. Отримані узагальнені результати подано на рис. 1.

За отриманими результатами можна зробити висновок про високий рівень матеріально-технічного складника конкурентоспроможності СГП; низький рівень ринково-інтерфейсного компоненти та середній рівень конкурентоспроможності інших складників. При цьому з

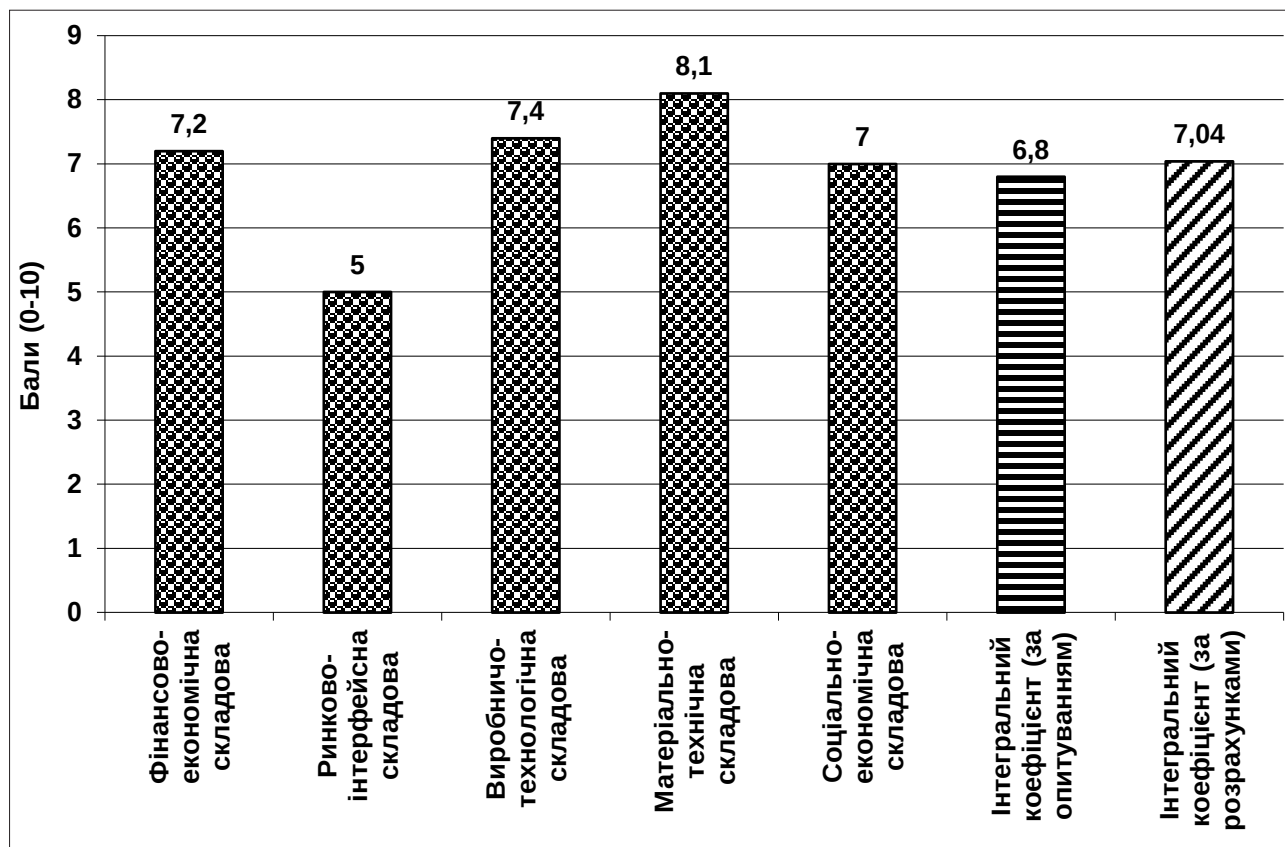


Рис. 1. Результати опитування щодо стану конкурентоспроможності СГП, 2017 р. (опитування проведене автором)

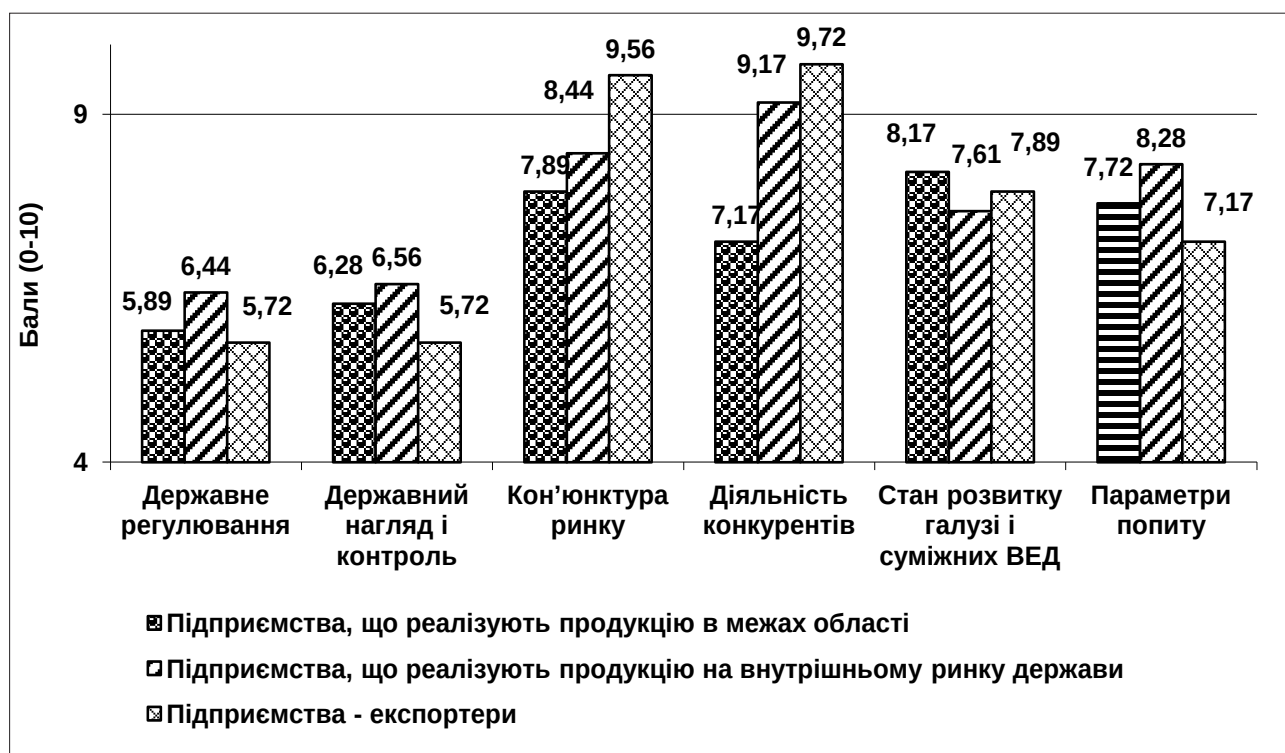


Рис. 2. Результати опитування щодо головних чинників зовнішнього середовища, що призводять до зниження рівня конкурентоспроможності СГП, 2017 р. (опитування проведене автором)

використанням вагових коефіцієнтів складників розрахункове інтегральне значення стану конкурентоспроможності підприємств становило 7,04, тоді як респонденти оцінили загальну конкурентоспроможність своїх підприємств на рівні 6,8. Дещо занижену оцінку можна вважати підтвердженням усвідомлення важливості питань управління конкурентоспроможністю представникам СГП.

На рис. 2 представлено результати оцінювання головних зовнішніх чинників, що дестабілюють стан конкурентоспроможності вітчизняних СГП, за якими є підстави виділити як найбільш істотні кон'юнктуру ринку та діяльність конкурентів. Ці чинники особливо відчутні для виробників – експортерів сільськогосподарської продукції та підприємств, які реалізують продукцію на внутрішньому ринку держави.

Встановлено, що в рамках політики забезпечення конкурентоспроможності СГП слід дещо меншою мірою орієнтувати власні заходи на захист від змін у системі державного регулювання економіки і розвитку сільського господарства, а також надмірного й обтяжливого державного нагляду і контролю у сфері сільськогосподарського виробництва та збуту сільськогосподарської продукції. Ці чинники останнім часом значно послабили свій вплив на конкурентні позиції вітчизняних підприємств галузі.

Все ще високим рівнем характеризується вплив на стан конкурентоспроможності вітчиз-

няних СГП таких чинників, як стан розвитку галузі та суміжних видів економічної діяльності, параметри і структура попиту на сільськогосподарську продукцію. Отже, ці чинники разом із впливом кон'юнктури ринків та дій конкурентів мають стати базисом політики управління зовнішніми аспектами конкурентоспроможності підприємств.

Щодо внутрішніх чинників та параметрів конкурентоспроможності вітчизняних СГП (рис. 3), то передусім слід звернути увагу на їх значно вищий рівень важливості для підприємств-експортерів порівняно з СГП, які орієнтуються на внутрішній ринок держави.

Тут особливо високого значення набувають політика керівництва підприємства, розвиненість системи збуту сільськогосподарської продукції та складської і логістичної інфраструктури. Відповідно, ці чинники менш важливі для СГП, які спеціалізуються на збуті продукції в межах області чи на внутрішньому ринку України.

Виявлено також високий рівень впливу на стан конкурентоспроможності вітчизняних СГП чинників техніко-технологічного та матеріально-технічного забезпечення, причому для всіх типів аналізованих підприємств. Усе це накладає власні особливості та потребує врахування під час формування політики забезпечення конкурентоспроможності СГП галузі.

Встановлено, що істотних потенційних переваг слід очікувати вітчизняним СГП – експорте-

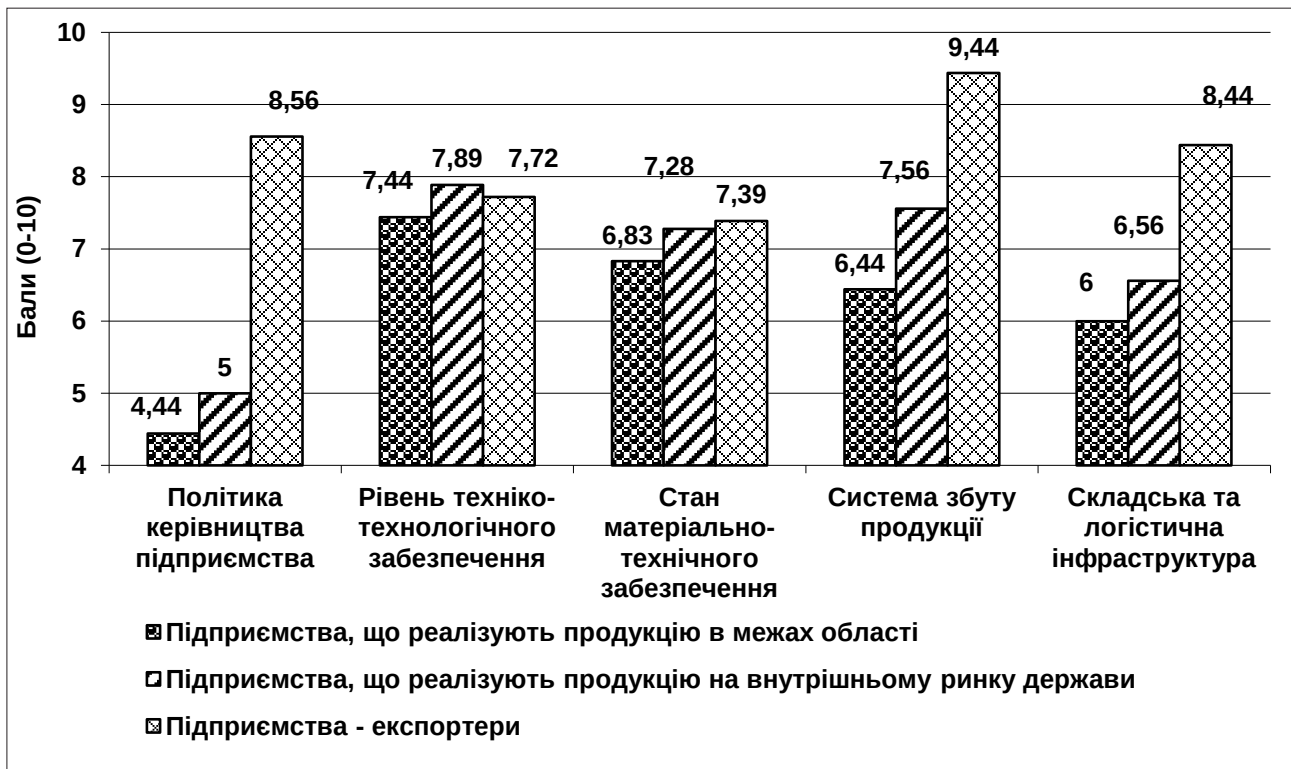


Рис. 3. Результати опитування щодо головних чинників внутрішнього середовища, що призводять до зниження рівня конкурентоспроможності СГП, 2017 р. (опитування проведене автором)

рам сільськогосподарської продукції у найближчій перспективі. Так, суттєвими внутрішніми можливостями щодо зміцнення конкурентоспроможності для цієї групи підприємств є вихід на нові, зокрема зовнішні, ринки (9,39 бали), забезпечення вищого рівня якості та доданої вартості в структурі собівартості сільськогосподарської продукції (9,72), нарощування посівних площ і виробничих потужностей (9,0), рівня врожайності й ефективності фінансово-господарської діяльності (8,44), а також активна маркетингово-рекламна промоція СГП і його продукції (8,72).

Такі висновки і припущення підтверджуються також і високими темпами інтеграції економіки України в глобальне економічне середовище, у т. ч. у зв'язку з підписанням Угоди про асоціацію з ЄС, створенням зон вільної торгівлі з ЄС, Канадою і т. ін.

Утім, зазначені чинники-можливості не мають настільки високого рівня впливу на зміцнення конкурентоспроможності СГП, які орієнтуються на вищого рівня держави, особливо коли йдеться про маркетинг і рекламу, вихід на зовнішні ринки, реалізацію програм соціальної відповідальності бізнесу. Для цієї групи підприємств потенціал конкурентоспроможності хоча й меншою мірою, але все ж стосується збільшення посівних площ і розвитку виробничої бази (8,72), підвищення рівня інтенсивних та екстенсивних аспектів ефективності виробництва (7,72), збільшення доходу й оптимізації операційних витрат (7,56). При цьому, усвідомлюючи порівняно обмежену місткість внутрішнього ринку, керівництво підприємств цієї групи пов'язує подальший розвиток бізнесу і з виходом на зовнішні ринки (7,44).

Для локальних сільськогосподарських виробників перспективи відносно внутрішніх можливостей у сфері забезпечення їх конкурентоспроможності переважно стосуються забезпечення вищого рівня ефективності виробничих та комерційно-збутових процесів, диверсифікації бізнес-процесів, диференціації асортименту продукції, зростання рівня її товарності, якості, а отже, і конкурентоспроможності на місцевих ринках. При цьому, вищою є й ув'язка конкурентоспроможності СГП цієї групи з масштабами та ефективністю їхньої соціально відповідальної поведінки.

Хоча слід звернути увагу на те, що аспект реалізації соціальної відповідальності вітчизняні СГП не вбачають потужним внутрішнім чинником забезпечення їхньої конкурентоспроможності, що потрібно вважати негативним, адже світовий досвід свідчить про суттєвий внесок лідерів сільськогосподарського бізнесу в розвиток інфраструктури територій, особливо сільських, віддалених і депресивних, та підвищення рівня якості життя населення. Отримані результати є скоріше свідченням наявності наразі більш нагальних проблем і потреб у сфері управління бізнесом, розвитку і посилення кон-

курентних позицій підприємств на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Для вітчизняних СГП – експортерів сільськогосподарської продукції наявні й значні зовнішні можливості щодо нарощування власних конкурентних переваг. Безперечно, вони пов'язані з реалізацією надзвичайно потужного потенціалу сільського господарства України на світовому ринку продовольства. Але навіть зарубіжний досвід свідчить, що для цього необхідна достатня державна підтримка, зокрема фінансово-інвестиційна, коштів якої спрямовувався б за такими напрямками, як: розвиток виробничої бази, поліпшення експортних можливостей, дослідження зовнішніх ринків збуту, підвищення рівня якості і безпечності продукції, її сертифікація та стандартизація, маркетингово-рекламна підтримка просування продукції підприємств на європейський та світові ринки.

Саме тому для підприємств – експортерів сільськогосподарської продукції важливими зовнішніми можливостями щодо нарощування конкурентоспроможності є фінансово-бюджетна підтримка (9,72 бали), сприяння експорту (9,28), поліпшення кадрового забезпечення (9,11), зокрема фахівцями, які мають досвід просування і реалізації продукції на експорт (рис. 3). Хоча не менш важливими чинниками для підприємств цієї групи є також розвиток і модернізація власної господарської інфраструктури (8,61) та залучення передових технологій (8,28).

Для СГП, які орієнтуються на внутрішній ринок збуту сільськогосподарської продукції, головними зовнішніми можливостями у сфері зміцнення конкурентоспроможності є зовнішня допомога відносно розвитку і модернізації матеріально-технічної і техніко-технологічної бази, впровадження сучасних передових техніки і технологій тощо. Зокрема, це залучення передових технологій (7,83), фінансово-бюджетна підтримка (7,44) та сприяння експорту (6,89).

Слід відзначити, що у цілому характерними зовнішніми можливостями для всіх груп підприємств стали: фінансово-бюджетна підтримка, залучення передових технологій, розвиток господарської інфраструктури та формування якісного кадрового забезпечення підприємств. Відповідно, для СГП актуальною є власна активність за вказаними напрямками. Водночас підприємствам доречно також ініціювати зовнішню, у т. ч. державну, підтримку, спрямовану на підсилення вказаних чинників їхньої конкурентоспроможності.

Як уже зазначалося, вітчизняні СГП сьогодні знаходяться на порозі великих можливостей, пов'язаних із поліпшенням відкритості європейських і світових ринків для їх продукції та зростанням можливостей для виходу на них і продажу власної продукції. Разом із тим слід очікувати й входження на внутрішній ринок України потужних СГП – імпортерів продукції. Все це позначатиметься й на стані конкурент-

них позицій вітчизняних підприємств. При цьому 61,8% респондентів – представників вітчизняних СГП – виробників продукції рослинництва вважають, що євроінтеграційні процеси нашої держави сприятимуть поліпшенню конкурентних позицій вітчизняних СГП (рис. 4).

Водночас представники галузі тваринництва вважають, що трапиться протилежне: лише 27,7% відповіли, що це призведе до посилення конкурентних позицій вітчизняних СГП. Таким чином, є підстави стверджувати, що з огляду як на об'єктивні, так і на суб'єктивні обставини, а також на спад в останні роки виробництва продукції тваринництва, зростання конкуренції і можливостей для підприємств, що підприємства вітчизняної галузі рослинництва більш готові до конкуренції в найближчій перспективі порівняно з СГП галузі тваринництва.

Важливий висновок полягає також і в тому, що 43,9% респондентів – представників підприємств, які спеціалізуються і на рослинництві, і на тваринництві, вважають, що євроінтеграційні процеси України призведуть до послаблення конкурентних позицій вітчизняних СГП. Це дає підстави для висновку про необхідність активізації політики забезпечення підприємств галузі, причому як ініційованої та реалізованої на мікрорівні, так і за належної державної та суспільно-громадської підтримки.

Різняться й напрями загроз євроінтеграційного процесу на стан конкурентоспроможності

вітчизняних СГП залежно від їх розмірів. Так, великі агрохолдинги більшою мірою стурбовані виходом на внутрішній ринок потужних СГП – нерезидентів (9,64 бали), ускладненням вимог до виробничого процесу та стандартизації продукції (8,52), посиленням рівня монополізації торговельно-збутових мереж (8,08) та зростанням витрат на маркетинг через ускладнення конкурентного середовища (8,04).

Варто вказати на те, що для середніх СГП істотним є рівень впливу більшості чинників-загроз, що активізуються під час євроінтеграційного поступу України. Це і вихід на внутрішній ринок імпортерів сільськогосподарської продукції (9,72), й ускладнення виробничих процесів та стандартизації продукції (8,89), і збільшення фінансових витрат на маркетинг та збут продукції (8,17), і негативні наслідки, пов'язані зі зростанням рівня монополізації торговельно-збутової мережі (8,17).

Слід також відзначити й високий рівень загроз для конкурентоспроможності вітчизняних дрібних СГП, пов'язаних передусім із погіршенням їх фінансово-економічної ефективності через зростання витрат, у т. ч. на конкуренцію (9,56), та ускладнення доступу до ринків збуту їх продукції через вплив імпортерів на монополізацію торговельно-збутових, логістичних та інших мереж (9,28).

Попри це євроінтеграційні та глобалізаційні процеси мають й істотні переваги для вітчиз-

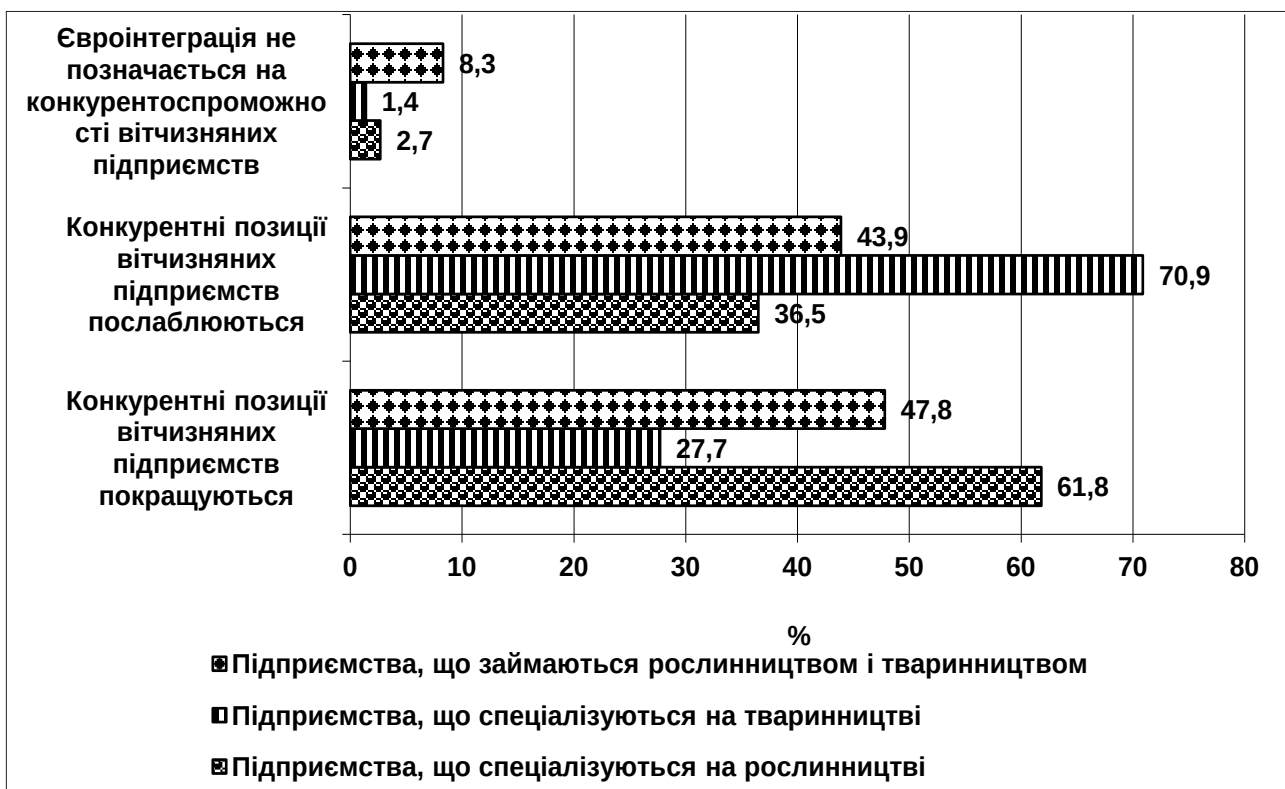


Рис. 4. Результати опитування щодо впливу євроінтеграційних процесів на стан конкурентоспроможності СГП, 2017 р. (опитування проведене автором)

няних СГП. Хоча їх і менше для дрібних (мікро) СГП. Проте вони є й пов'язані з можливостями горизонтальної і вертикальної внутрішньо- та міжгалузевої інтеграції, отриманням різного роду фінансово-ресурсної підтримки на розвиток власних господарств (рис. 5).

Для конкурентоспроможності малих СГП тут також відкриваються перспективи щодо матеріально-технічної, ресурсної та організаційної підтримки впровадження ними процесів стандартизації виробництва та забезпечення якості і безпечності продукції, розвитку власних виробництв і підвищення рівня їхньої виробничо-господарської ефективності.

При цьому варто вести мову про чи не найвищі можливості в контексті поліпшення конкурентних позицій вітчизняних середніх СГП у процесі євроінтеграції України. У разі застосування в нашій державі європейських практик державної політики підтримки сільськогосподарських виробників це передусім отримання середніми підприємствами галузі фінансово-бюджетної та міжнародної технічної фінансової допомоги (9,83), залучення допомоги на впровадження проектів зі стандартизації виробництва і продукції (9,28), вихід на зовнішні ринки та нарощування експорту (9,56). Високими залишаються й можливості вітчизняних середніх СГП щодо збільшення обсягів виробництва і збуту продукції

завдяки зростанню попиту на сільськогосподарську продукцію на внутрішньому ринку (7,56) та розвитку коопераційних відносин (7,89).

Очевидно, що виявлені і зазначені чинники та перешкоди, зокрема в умовах євроінтеграції, необхідно врахувати під час формування та реалізації політики забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних СГП, що сприятиме істотному підвищенню рівня її дієвості та ефективності.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Визначено, що головними чинниками, які послаблюють стан конкурентоспроможності СГП, залишаються нестабільна кон'юнктура ринку, зокрема попит, тиск конкурентів, недостатньо високий рівень розвитку галузі та суміжних видів економічної діяльності, нерозвиненість системи збуту продукції, брак матеріально-технічного та техніко-технологічного забезпечення підприємств.

Євроінтеграційні процеси призводять до ускладнення умов конкуренції на ринках сільськогосподарської продукції і, відповідно, потребують більших зусиль вітчизняних підприємств для збереження власних ринкових позицій.

Разом із тим для СГП відкриваються й достатньо вагомі перспективи щодо зміцнення їх конкурентного статусу, у т. ч. на світовому та європейському ринках. Зокрема, для агрохолдингів

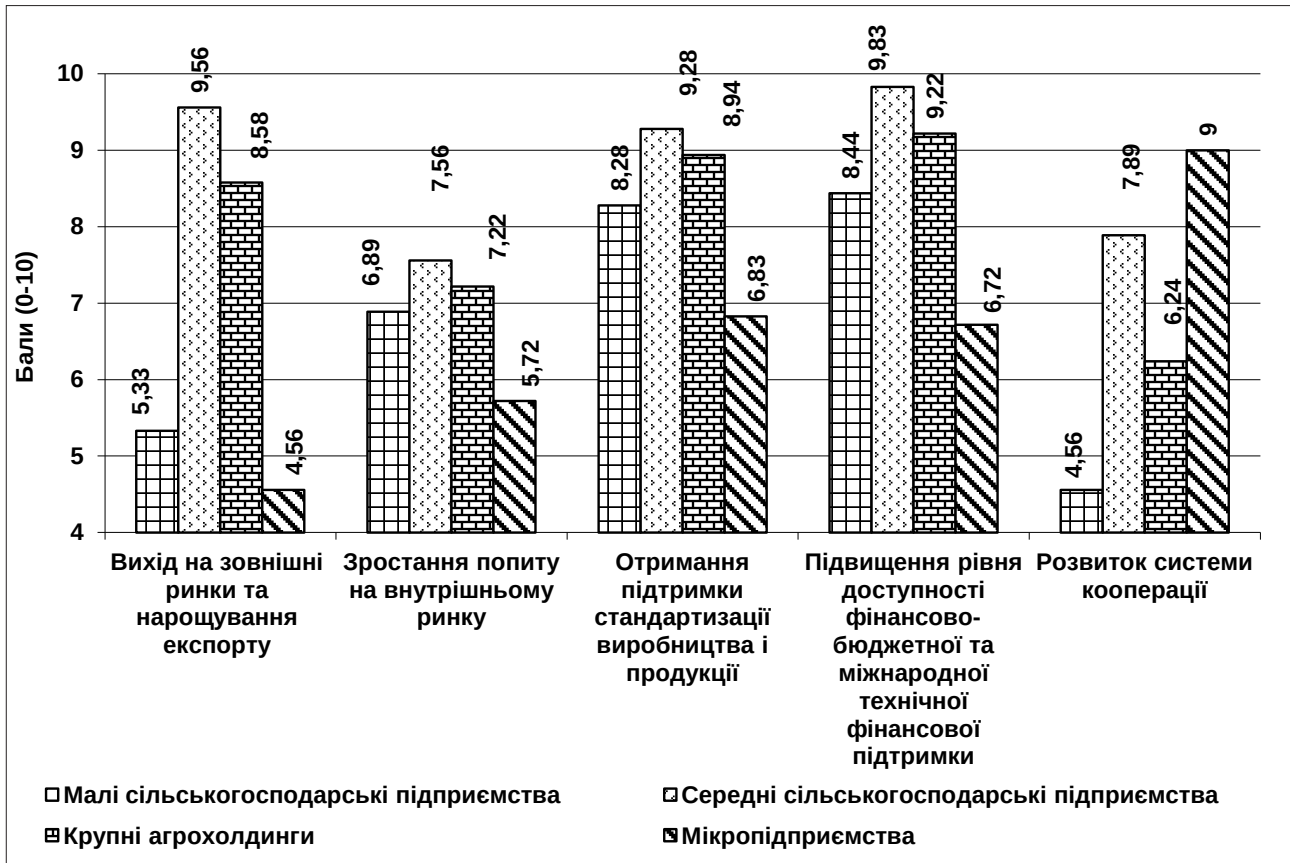


Рис. 5. Результати опитування щодо можливостей зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних СГП у процесі євроінтеграції України, 2017 р. (опитування проведене автором)

та середніх підприємств це отримання фінансово-бюджетної та міжнародної технічної фінансової допомоги, залучення допомоги на впровадження проектів зі стандартизації виробництва і продукції, вихід на зовнішні ринки та нарощування експорту, збільшення обсягів виробництва і збуту продукції завдяки зростанню попиту на сільськогосподарську продукцію на внутрішньому ринку та розвитку коопераційних відносин; для малих підприємств і дрібних сільсько-

господарських господарств – реалізація практик горизонтальної і вертикальної внутрішньо- та міжгалузевої інтеграції, отримання різного роду фінансово-ресурсної підтримки на розвиток власних господарств, отримання матеріально-технічної, ресурсної та організаційної підтримки впровадження процесів стандартизації виробництва та забезпечення якості і безпечності продукції, розвитку власних виробництв і підвищення рівня їх виробничо-господарської ефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Виноградор О.А. Методи аналізу конкурентоспроможності впровадження інновацій на засадах маркетингу. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 1(55). С. 65–73.
2. Трут О.О. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Вісник ЛКА. Серія «Економічна». 2001. Вип. 8. С. 80–82.
3. Дайновський Ю.А., Корягіна С.В. Фінансовий аналіз життєвого циклу підприємства. Фінанси України. 2003. № 10. С. 66–76.
4. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: монографія. Київ: КНЕУ, 2001. 387 с.
5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. Москва: Центр экономики и маркетинга, 1996. 280 с.
6. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем. Мсква: Радио и связь, 1991. 224 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва: Инфра, 2000. 312 с.
8. Ансофф И. Стратегическое управление; пер. с англ. Л.И. Евенко. Москва: Экономика, 1993. 519 с.
9. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография. Луганск: ВЛУ, 2000. 315 с.
10. Гальчинський А., Геєць В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ. Київ: Знання України, 2002. 109 с.
11. Гельвановский М.И., Жуковская В.М., Трофимова И.Н. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях. Российский экономический журнал. 1998. № 3. С. 67–78.
12. Лупак Р.Л. Організаційно-економічні рівні та система взаємозв'язків конкурентоспроможності: матеріали доповідей II Міжнародної студентсько-аспірантської науково-практичної конференції «Стратегія зростання конкурентоспроможності в умовах глобалізації» (Львів, 19–20 травня 2007 р.). Львів, 2008. С. 330–335.
13. Калина А.В. Современный экономический анализ и прогнозирование (микро- макроуровень). Київ: МАУП, 1998. 266 с.
14. Регіони України – 2017. Частина 1: стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2017. 324 с.

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПЕРСОНАЛУ В СТРАТЕГІЯХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

METHODICAL BASES OF MAINTENANCE OF INFORMATION- PSYCHOLOGICAL SAFETY OF THE PERSONNEL IN STRATEGY OF DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISES

Судакова О.І.

кандидат технічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Щеглова О.Ю.

кандидат технічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Медведовська Т.П.

кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Туз К.В.

магістр,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Рівень інформаційно-психологічної сталості персоналу визначається інформаційно-психологічною сталістю окремих його співробітників. Рівень захищеності співробітника як елемента персоналу визначається рівнем його захищеності в усіх можливих станах, в яких він може знаходитися, та в усіх можливих станах переходів між ними. Запропоновано комплексну оцінку рівня захищеності персоналу, яка визначається інтегральним показником, що використовує міру його захищеності в різних становищах.

Ключові слова: рівень інформаційно-психологічної сталості персоналу, економічна безпека розвитку підприємства, інтегральний показник, комплексна оцінка рівня захищеності персоналу.

Уровень информационно-психологической устойчивости персонала определяется информационно-психологической устойчивостью отдельных его сотрудников. Уровень защищенности сотрудника как элемента персонала определяется уровнем его защищенности во всех возможных состояниях, в которых он может находиться, и во всех возможных состояниях переходов между ними. Предложена комплексная оценка уровня защищенности персонала, которая определяется интегральным показателем, который использует меру его защищенности в разных состояниях.

Ключевые слова: уровень информационно-психологической устойчивости персонала, экономическая безопасность развития предприятия, интегральный показатель, комплексная оценка уровня защищенности персонала.

The level of information-psychological stability of personnel is determined by the information-psychological stability of its individual employees. The level of protection of an employee as an element of personnel is determined by the level of its security in all possible states in which it can be located, and in all possible states of transitions between them. A comprehensive assessment of the level of personnel security is proposed, which is determined by the integral indicator and uses the measure of its protection in various positions.

Key words: level of information-psychological stability of personnel, economic security of enterprise development, integral indicator, comprehensive assessment of the level of personnel security.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Проблеми, пов'язані з інтеграцією України у світову економічну систему, та їх вирішення супроводжуються різноманітними інтеграційними і глобалізаційними процесами. Відкритість світового співтовариства вимагає такої ж відкритості й від України, одним із факторів якої є інформаційний аспект. Підвищення агресивності зовнішнього середовища призвело до виникнення нових загроз і посилення їхнього впливу на результативність діяльності підприємств. Запобігання негативному впливу комплексу зовнішніх і внутрішніх загроз можливо шляхом забезпечення своєчасної реакції на них і створення умов для безпечного розвитку через ефективне управління економічною безпекою в рамках загальної системи управління суб'єктом господарювання. Прийняття оптимальних рішень у сфері управління й забезпечення економічної безпеки підприємств потребує вирішення низки питань, пов'язаних з урахуванням сучасних тенденцій налагодження та розширення стратегічної взаємодії підприємств із суб'єктами зовнішнього середовища для забезпечення реалізації власних стратегічних інтересів. У зв'язку із цим перед економістами і менеджерами постало завдання перегляду наявних принципів і підходів до управління економічною безпекою та їх удосконалення з урахуванням нових вимог, які висуває нестабільне зовнішнє середовище функціонування підприємств. Однією з таких вимог є забезпечення інформаційно-психологічної безпеки персоналу в стратегіях розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Сьогодні в науковій літературі значна увага приділяється питанню економічної безпеки підприємств. Вагомий внесок у дослідження, пов'язані з проблемами економічної безпеки, зробили такі вітчизняні і зарубіжні науковці: Н.С. Безугла, О.Р. Бойкевич, Т.Г. Васильців, Г.Б. Веретенникова, О.А. Грунін, С.О. Грунін, Я.А. Жаліло, А.В. Іванов, А.В. Кірієнко, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер, Г.В. Козаченко, Т.Б. Кузенко, В.А. Липкан, В.Я. Пригунов, А.С. Соснін, А.Г. Шаваєв, В.В. Шликов, В.І. Ярочкін, В.М. Ячменьова та ін. [1–9].

Дослідження вітчизняних та зарубіжних учених показують, що для підприємства більш важливим є не уникнення загрози взагалі, а вміння її вчасно і точно передбачити, щоб ужити необхідних заходів. Це стосується як підприємств, що знаходяться у кризовому стані, так і успішно працюючих підприємств.

Однак залишилася невирішена проблема – забезпечення інформаційно-психологічної безпеки персоналу в стратегіях розвитку підприємства.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – розроблення методичних основ забезпечення інформаційно-психологічної безпеки персоналу в стратегіях розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Формування і проведення ефективної політики забезпечення економічної безпеки підприємства є основним завданням у сучасних умовах трансформаційних економічних перетворень в Україні. Найчастіше вона переростає у різні види сучасних «інформаційних війн», суть яких – використання (навмисно й ненавмисно) свідомо недостовірної та помилкової інформації, яка належить до всіх об'єктів і суб'єктів підприємницької діяльності. Інформаційна зброя, по суті, являє собою цілеспрямований інформаційний вплив на об'єкти, якими виступають імідж фірми, його діяльність, персонал, що в кінцевому підсумку призводить до необхідності перерозподілу всіх видів ресурсів, передусім матеріальних, фінансових тощо.

В основі формування політики забезпечення інформаційної безпеки персоналу підприємства є системний підхід. Тут будуть використані такі поняття, як «структура», «елемент», «відносини між елементами структури», «дії над ними» й ін.

Системний підхід пропонується реалізувати на основі таких положень.

Положення 1. Діяльність персоналу підприємства характеризується багатоаспектністю та різноманітними можливостями реалізації різних боків його потенціалу.

Положення 2. Функціонування персоналу підприємства характеризується великою кількістю активних елементів у безлічі його структур (підрозділів), функціонування яких носить виробничий та культурний характер.

Положення 3. Структури, в яких діє персонал, представляються у вигляді складної мережної структури, що характеризується:

- розмаїтістю;
- видом (типом) структури;
- часом перебування у ній;
- безліччю переходів персоналу всередині однієї структури;
- безліччю переходів станів між різними структурами.

Положення 4. Безліч структур, в яких функціонують активні елементи, представляється відкритою, що розвивається, системою в умовах, що передусім характеризуються динамікою.

Положення 5. Базовою характеристикою, що визначає діяльність персоналу, є займане їм місце та виконувані функції. Дана характеристика є комплексною й ґрунтується на таких показниках:

- рівень управління;
- тип підрозділу;
- характер розв'язуваних задач;
- компетенція;
- участь у соціальному житті;
- рівень мотивації;
- індивідуальні (особистісні) характеристики (контактність, комунікабельність, відданість фірмі, психологічна сталість, стать, вік тощо).

Це положення показує, що активний елемент може одночасно знаходитися у фізичному, функ-

ціональному, соціальному, інтелектуальному просторах.

Використання принципів системного підходу дає змогу дати таке визначення інформаційно-психологічної безпеки персоналу: під інформаційно-психологічною безпекою персоналу підприємства будемо розуміти ступінь захищеності безлічі активних елементів відкритої мережної структури, в якій воно функціонує, та забезпечуючу його психологічну індивідуальну сталість у процесах множинної інформаційної взаємодії. Останні характеризуються: переходами в межах даної структури, переходами між декількома структурами в умовах динамічного зовнішнього середовища та її структурної невизначеності.

У рамках пропонованого методичного підходу необхідно вирішити такі завдання: формально описати кількісний показник інформаційно-психологічної безпеки персоналу; визначити й формалізувати його зв'язки (стосунки) у тих структурах, в яких він діє; визначити становище, в якому він знаходиться або може потенційно знаходитися, а також у процесах інформаційної взаємодії протягом певного проміжку часу; сформулювати заходи у вигляді управлінських впливів за попередженням негативних наслідків, спрямованих на дестабілізацію та зниження рівня психологічної сталості.

Для вирішення задачі побудови моделі узагальнюючого показника введемо поняття індексу інформаційно-психологічної безпеки для оцінки ступеня інформаційної захищеності персоналу підприємства.

Отримання формули для розрахунку індексу інформаційно-психологічної безпеки персоналу здійснимо на основі наступних припущень: безпека персоналу визначається як інтегральна характеристика, що включає параметри: безпека в різних станах $\{s_i\}$; час перебування в кожному із станів – t_1 ; час переходу із стану s_i в інший стан s_j . Шуканий індекс, таким чином, визначається безпекою активних елементів у станах $\{s_i\}$ – $I(s_i, t_1)$, безпекою переходів між станами s_i і s_j , здійснюваних за час t_2 .

Тоді аналітичне вираження для узагальненого інтегрального індексу інформаційно-психологічної безпеки персоналу як сукупності активних елементів можна представити так:

$$I_{EIAI} = \iiint I(s, t_1) I(t_2) ds dt_1 dt_2, \quad (1)$$

де $I(s, t_1)$ – міра захищеності активного елемента, що знаходиться в стані s у момент часу t_1 ; $I(t_2)$ – міра захищеності активного елемента в процесі переходу з одного стану в інший у момент часу t_2 .

Метою використання моделі є забезпечення максимального значення індексу (1), недопущення перевищення «болючого порогу», за досягнення якого різко знижуються компетенція, мотивація, персоналу й збільшуються можливості підвищення ефективності застосування різних форм інформаційної зброї.

Індивід являє собою активний елемент у системі управління економічною безпекою з двосторонньою асиметрією інформації: з одного боку, це інформаційні процеси, в яких він бере участь у даній структурі, а з іншого – його погляд як «спостерігача» стосовно процесів інформаційної взаємодії в інших структурах (рис. 1).

Наведена на рис. 1 схема являє собою нелінійну динамічну структуру, динаміка якої визначається переходами між різними структурами (структура $I, I=1, N$), які входять у складну мережну структуру. Нелінійність цієї структури визначає такий її стан, за якого невпорядкованість елементів та зв'язків між ними може призвести до стану хаосу, а отже – до знищення самої структури. У зв'язку із цим забезпечення інформаційної безпеки персоналу пов'язане з як можна більшим резервом (запасом) сталості персоналу в усіх процесах інформаційної взаємодії. Психологічний аспект такої сталості знаходиться у зоні формування у персоналу такого стану, за якого місія, культура, технології, організація не досягають у сукупності зазначеного «болючого порога», що призвів би до такого

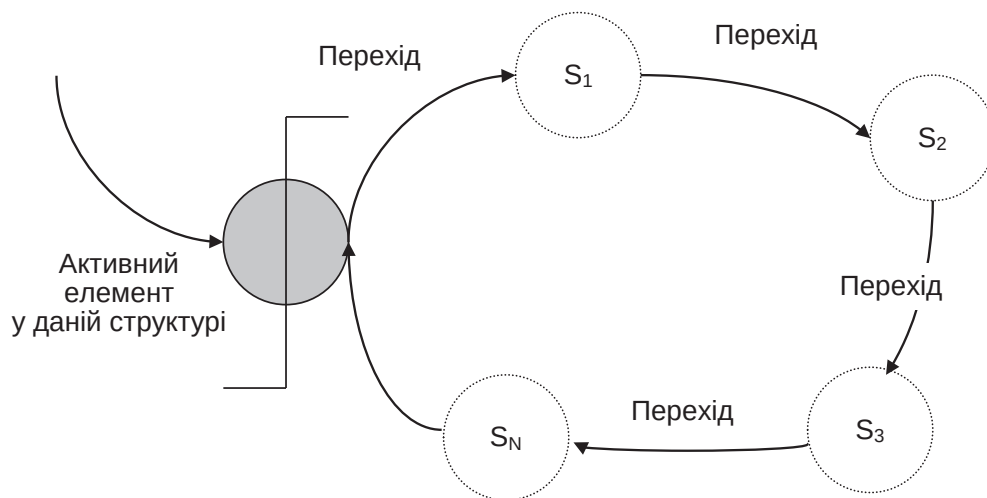


Рис. 1. Схема інформаційної взаємодії активного елемента в складній мережній структурі

деструктуризованого стану мережної структури, про який можна говорити як про стадії стагнації життєвого циклу даного підприємства.

На підставі вищевикладеного пропонується методичний підхід до забезпечення інформаційно-психологічної безпеки персоналу підприємства, що реалізується у вигляді такої послідовності етапів:

1. Побудова безлічі активних елементів, що знаходяться у даній організаційній структурі (підприємстві), та різні види наявних зв'язків з іншими структурами.

2. Визначення (ідентифікація) усіх типів стосунків (зв'язків) активних елементів у даній структурі (дії в командах, робочих групах), а також в інших структурах.

3. Визначення факторів, що впливають на інформаційно-психологічну безпеку персоналу, як сукупності активних елементів для всіх видів просторів: фізичного, функціонального, соціального, інтелектуального.

4. Визначення міри захищеності активних елементів у цих просторах на основі аналізу їхніх станів в інших структурах та переходів зі станів однієї структури до іншої.

5. Визначення інтегрального індексу захищеності кожного з активних елементів для кожного з просторів.

6. Отримання кількісної оцінки інтегрального індексу стосовно вибраних граничних значень, що характеризують ступінь захищеності елементів у кожному з просторів.

7. Розроблення сценаріїв можливого підвищення індексу інформаційно-психологічної сталості на основі аналізу параметрів і функцій, що входять в інтегральний показник.

8. Розроблення управлінських рішень за кожним із сценаріїв, які передбачають:

– зміну складу керуючих функцій для підвищення рівня інформаційно-психологічної безпеки;

– обмеження кількості станів за рахунок внесення змін у посадові інструкції;

– зміну складу команд, в яких беруть участь члени колективу;

– формування нових команд з урахуванням збігу інтересів окремих членів колективу;

– посилення мотиваційного аспекту.

9. Формування критерію, який дає змогу оптимізувати послідовність виконання робіт із підвищення рівня інформаційної безпеки персоналу підприємства.

10. Розроблення для персоналу підприємства рекомендацій для підвищення їхньої безпеки на основі визначення «контрольних точок» – вузьких місць, які визначають рівні його інформаційно-психологічної безпеки.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Рівень інформаційно-психологічної сталості персоналу визначається інформаційно-психологічною сталістю окремих його співробітників. Рівень захищеності співробітника як елемента персоналу визначається рівнем його захищеності в усіх можливих станах, в яких він може знаходитися, та у всіх можливих станах переходів між ними. Комплексна оцінка рівня захищеності персоналу визначається інтегральним показником, що використовує міру його захищеності в різних становищах.

Подальші напрями досліджень пов'язані з необхідністю розроблення конкретних методик для певних сфер бізнесу на основі запропонованого методичного підходу, які дають змогу оцінити рівень безпеки персоналу в умовах забезпечення ефективності функціонування механізму управління економічною безпекою підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кавун С.В. Економічна безпека підприємства: інформаційний аспект: монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2014. 312 с.
2. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 680 с.
3. Пекна Г.Б. Вибір вектору регіонального інтеграційного розвитку України з позиції забезпечення економічної безпеки. Вчені записки Ун-ту економіки та права «КРОК». 2011. Вип. 25. С. 100–108.
4. Шпак Н.О., Пирог О.В. Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки України: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2015. 288 с.
5. Ковальчук Н.А., Корбутяк А.Г. Подходы к оценке финансово-экономической безопасности отечественных предприятий. Бизнес Информ. 2014. № 10. С. 249–255. URL: http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2014&abstract=2014_10_0&lang=ru&stqa=40.
6. Головна характеристика механізму управління економічною безпекою розвитку підприємства / О.І. Судакова, О.Ю. Щеглова, О.О. Гасенко. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2017. № 24. С. 11–14.
7. Управління безпекою взаємодії підприємства з контрагентами, діючими в загальному життєвому просторі / О.І. Судакова, Т.П. Медведовська, Є.В. Гарбуз, О.В. Лутченко. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 19. URL: <http://global-national.in.ua/issue-19-2017>.
8. Концепція протидії погрозам, що виникають при взаємодії підприємства з контрагентами / О.І. Судакова, Т.П. Медведовська, А.В. Драгун. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 11. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/>
9. Матеріальні ресурси в системі управління економічною безпекою підприємства / О.І. Судакова, Т.П. Медведовська, С.Б. Бондарчук. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 20. URL: <http://global-national.in.ua/issue-20-2017>.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОСТАВКИ ТОВАРІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОМ

FEATURES OF ORGANIZATION OF DELIVERY OF GOODS BY INTERNET-STORE

Фреюк О.В.

аспірант кафедри торговельного
підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет

У статті розглянуто сучасний стан розвитку електронної торгівлі в Україні. Визначено основних гравців ринку логістичних операторів, що обслуговують Інтернет-магазини, та здійснено порівняння послуг, які вони надають. Представлено дослідження використання способів доставки товарів в Інтернет-магазинах.

Ключові слова: електронна торгівля, Інтернет-магазин, поштовий логістичний оператор, доставка.

В статье рассмотрено современное состояние развития электронной торговли в Украине. Определены основные игроки рынка логистических операторов, обслуживающих Интернет-магазины, и проведено сравнение услуг, которые они предоставляют. Представлено исследование использования способов доставки товаров в Интернет-магазинах.

Ключевые слова: электронная коммерция, Интернет-магазин, почтовый логистический оператор, доставка.

The article deals with the current state of development of e-commerce in Ukraine. The main players of the market of logistic operators which serve online store sand compare the services they provide are identified. The research on the use of methods of delivery of goods in online stores is presented.

Key words: e-commerce, onlinestore, post logistics operator, delivery.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. З інтенсивним розвитком електронної торгівлі в Україні набуває необхідності вдосконалення логістичних послуг під час здійснення доставки товарів Інтернет-магазином. Доставка – це процес транспортування товарів із місця походження до визначеного місця призначення. Зростання товарообігу в електронній торгівлі призвело до трансформації поштових операторів у логістичні, використання фінансових установ (банки) спеціальних чарунок (поштомат «ПриватБанку») та урізноманітнення послуг логістичних операторів для обслуговування Інтернет-магазинів (фулфілмент).

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідженню організації доставки товарів поштовими логістичними операторами присвячено праці таких зарубіжних авторів, як: Дж. Дональд Бауерс, Е. Плацек, Дж. Аурамо, Дж. Зак. Серед вітчизняних науковців слід відзначити таких, як: Є.В. Крикавський, А.М. Гаджинський, О.А. Князева, О.В. Амельницька, М.В. Кіндій, Т.М. Глущенко.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Розвиток електронної торгівлі у світі та в Україні важко заперечити. Товарообіг електронної торгівлі в Україні щорічно зростає у середньому на 35%, а власники світових лідерів серед Інтернет-магазинів очолюють рейтинги найбагатших людей світу. Річний приріст товарообігу у світі в електронній торгівлі зріс за 2017 р. на 16%, досягнувши \$1,5 трлн., а в Україні – 30 %, або 50 млрд. грн. [1].

Купівля товарів через мережу Інтернет в Україні у першому півріччі 2017 р. у півтора рази перевищила показники 2016 р: приріст становив 44%, а оборот – 6 млрд. грн. За прогнозами, прибуток гравців ринку в 2018 р. може становити 65 млрд. грн. І це далеко не межа, адже потенціал зростання вітчизняного ринку електронної торгівлі оцінюється в 300%, про це повідомляє Українська міжбанківська асоціація членів платіжних систем ЕМА [1] (рис. 1).

Вибираючи Інтернет-магазин, споживач звертає свою увагу не лише на товар, його якість та ціну, а й на сервісне обслуговування. Доступна, повна інформація на сайті про товар та сам Інтернет-магазин, зручність інтерфейсу, якісні

фото товару, відгуки споживачів, післяпродажні (гарантія) послуги та зручний вибір доставки, способів оплати формують лояльність клієнта.

Одним із проблемних питань у діяльності Інтернет-магазину є організація доставки товарів. Так, компанія Gemius провела дослідження онлайн-покупців, і виявилось, що найбільше незадоволення споживача пов'язане з:

1. високою вартістю доставки – 29%;
2. тривалістю доставки – 27% ;
3. відсутністю доставки – 6% .

Аналізуючи вищенаведені дані, власникам Інтернет-магазинів необхідно акцентувати свою діяльність саме на організацію доставки та необхідність вибирати надійних партнерів, адже різноманітність вибору доставки товарів споживачам лише підтримує його лояльність.

На українському ринку існує низка логістичних провайдерів, які здійснюють доставку товарів як усередині країни, так і за її межами (міжнародна доставка) (табл. 1).

Лідерами на ринку доставки товарів для Інтернет-магазинів є ТОВ «Нова пошта» та ПАТ «Укрпошта». ТОВ «Нова пошта» засноване в 2001 р.,

це українська компанія, що забезпечує надання послуг з експрес-доставки документів, вантажів і посилок для фізичних осіб та бізнесу [5].

Публічне акціонерне товариство «Укрпошта» входить до сфери управління Міністерства інфраструктури України, є правонаступником УДППЗ «Укрпошта» та національним оператором поштового зв'язку України згідно з Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 січня 2002 р. [6].

У табл. 2 наведено інформацію щодо послуг, які надають вищезазначені підприємства.

Слід зазначити, що в Україні набирає обертів такі пункти видачі товарів, як поштомот. У країні можна скористатися поштомотом «ПриватБанку», цей термінал співпрацює з такими логістичними компаніями, як Meest Express, «ІнТайм» і Delivery.

У рамках спільного проекту Delivery та «ПриватБанку» отримувати відправлення можна не лише у представництвах компанії, а й через мережу 1 400 поштомотів, які працюють у відділеннях банку в 490 містах України. Поштомот – це термінал самообслуговування, який

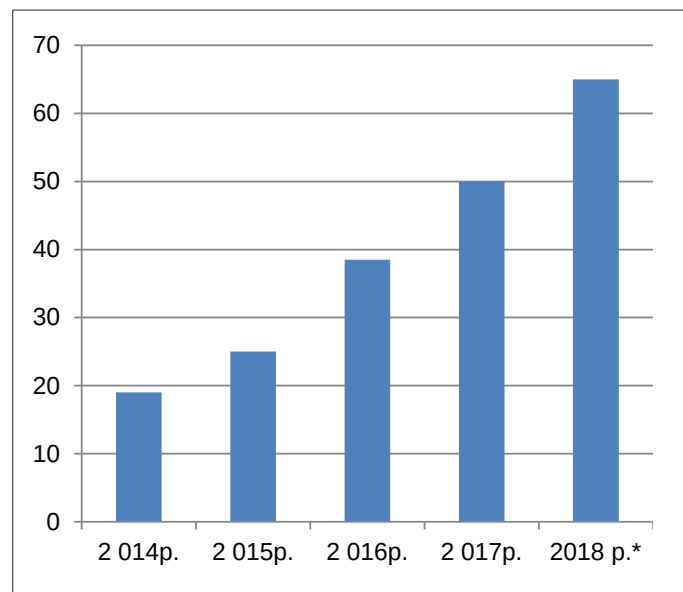


Рис. 1. Динаміка товарообігу електронної торгівлі в Україні, млрд. грн.

Джерело: сформовано автором на основі [1–3]

Таблиця 1

Найпопулярніші логістичні оператори в Україні в електронній торгівлі

№	Логістичний оператор	Рік заснування	Кількість об'єктів видачі, шт.
1.	Нова пошта	2001	2300
2.	Укрпошта	1994	11.5 тис.
3.	Meest Express	2005	1915
4.	Інтайм	2002	647
5.	Автолюкс	1997	200
6.	Delivery	2001	290

Джерело: сформовано автором на основі [5–7]

Таблиця 2

Порівняння послуг, що надаються логістичними операторами

№	Назва послуги	ТОВ «Нова пошта»	ПАТ «Укрпошта»
1.	Кур'єрська доставка	+	+
2.	Випуск та розповсюдження філателістичної продукції, випуск власних марок	-	+
3.	Фінансові послуги: поштові та грошові перекази	+	+
4.	Пересилання міжнародних поштових відправлень, поштівок, листів, сектограм, бандеролей, відправлень з оголошеною цінністю, пакетів, мішків та посилок	-	+
5.	Пересилання бандеролей, відправлень з оголошеною цінністю, пакетів, мішків та посилок	+	+
6.	Фулфілмент	+	-
7.	Супутні послуги поштового зв'язку (знайдення поштового індексу, наклеювання марок, надання у користування поштових скриньок)	-	+

Джерело: сформовано автором на основі [5; 6]

Таблиця 3

Ключові відмінності в організації процесу доставки товарів власною службою та на умовах аутсорсингу

№	Критерії	Власна служба доставки	Аутсорсинг
1.	Бізнес-процеси	Гнучкість і можливість швидкої «підстроювання» при зміні ситуації на ринку	В рамках стандартних послуг
2.	Витрати	Високі витрати на створення і постійні на утримання	Постійні витрати в рамках обумовлених тарифів
3.	Ставлення до кінцевого споживача	Можливість ранжувати клієнтів (і, відповідно, відношення до них) за типами/рівнями	Всі споживачі однакові
4.	Людський фактор	Складність підбору, постійний контроль, ризик крадіжки,	Складність підбору, постійний контроль, ризик крадіжки
5.	Пікові періоди	Регулюються за рахунок додаткових (часто підвищених через екстремність ситуації) витрат	Плануються і регулюються в рамках узгоджених тарифів
6.	Гарантія доставки	Ризики невиходу на роботу і зрив часу доставки	Відповідальність підрядника
7.	Фінансові гарантії	За рахунок власних коштів	Повернення грошей у разі крадіжки або втрати товару (матер. відповідальність підрядника в рамках укладених договорів)
8.	Надходження грошей від споживачів	Щодня	Від 1 до 5 днів

дасть змогу заощадити час під час отримання посылки фактичною вагою до 30 кг. Аби скористатися поштою, не потрібно мати при собі документи. Все, що треба взяти із собою, – це мобільний телефон та знати код відкриття чарунки, який надійшов споживачу у sms-повідомленні [7].

Підприємство ТОВ «Нова пошта» планує у 2018 р. відкрити низку міні-відділень, які будуть облаштовані власними терміналами, до сих пір компанія також співпрацювала з «ПриватБанком» [5].

Власники Інтернет-магазину можуть використовувати як власну службу доставки, так і аутсорсинг залежно від багатьох факторів, таких як: товарообіг, розміщення складу, наявність пунктів самовивезення, автопарку та ін. У табл.

3 наведено порівняльні характеристики власної служби доставки та на умовах аутсорсингу [7].

Серед українських споживачів, які здійснюють купівлю товарів в Інтернет-магазинах, найбільш популярними товарами є: одяг, взуття та аксесуари (56%), комп'ютерна (52%) і побутова техніка (50%). Далі в рейтингу товарних категорій можна виділити товари по догляду за тілом і косметична продукція – 42% споживачів купують ці товари онлайн. Купівля упакованих продуктів харчування не користується популярністю в Україні: тільки 6% споживачів заявили, що купують продукти харчування в Інтернет-магазинах, та 5% регулярно здійснюють купівлю свіжих продуктів онлайн [8].

На основі цих даних було проведено дослідження діяльності 60 Інтернет-магазинів за трьома категоріями товарів: техніка, косме-

тично-парфумерна продукція та одяг (рис. 2). Сайти були вибрані за ключовими запитами пошукової системи Google: «купити смартфон», «купити одяг», «купити помладу».

За результатами проведеного дослідження отримали такі цифри: 57 сайтів, а це 95% Інтер-

нет-магазинів, використовують послуги логістичного оператора ТОВ «Нова пошта», найменше використовують послуги логістичної компанії Delivery – 5% та «Крим експрес» – 1,6% (рис. 3).

Провівши моніторинг діяльності Інтернет-магазинів за категорією «Побутова техніка», з'ясовано,

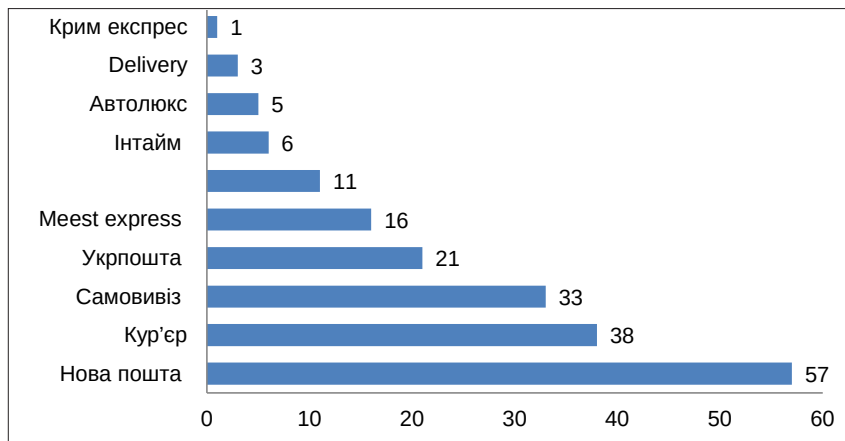


Рис. 2. Структура способів доставки товарів доставки в Інтернет-магазинах, %

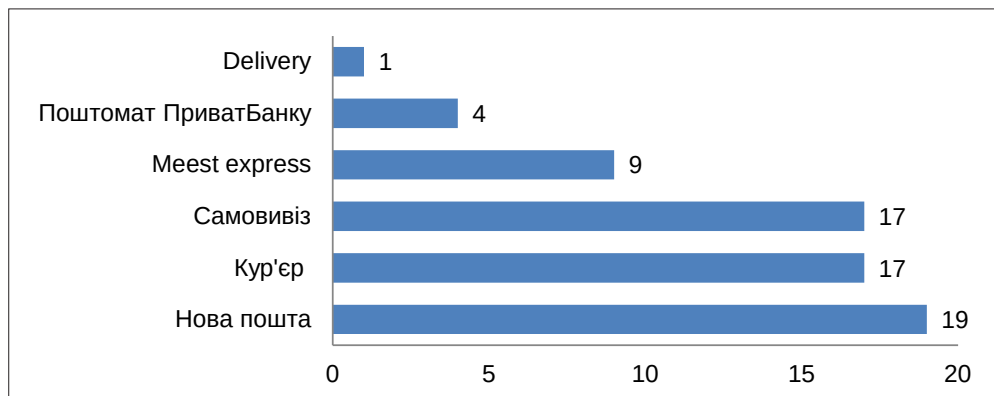


Рис. 3. Структура способів доставки в Інтернет-магазинах, що спеціалізуються на продажу побутової техніки, %

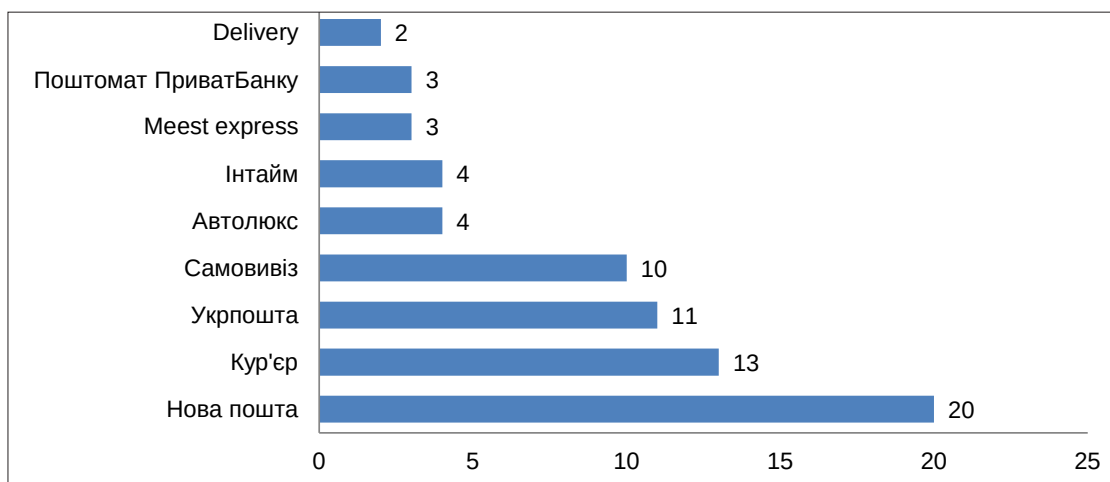


Рис. 4. Структура способів доставки товарів в Інтернет-магазинах, що спеціалізуються на продажу одягу, %

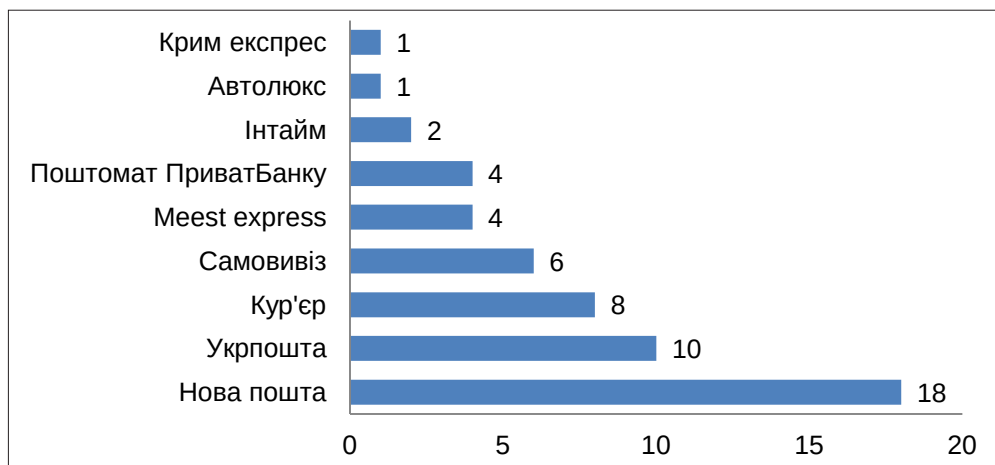


Рис. 5. Структура способів доставки товарів Інтернет-магазинів, що спеціалізуються на продажу косметично-парфумерних товарів, %

що 95% сайтів, які реалізують техніку, використовують логістичного оператора ТОВ «Нова пошта», способи доставки «кур'єр» та «самовивезення» пропонують 85%, логістичного провайдера Delivery вибирають 5% магазинів (рис. 4).

Отже, за товарною категорією «Одяг» логістичного оператора ТОВ «Нова пошта» вибирають 90% магазинів, кур'єром та «Укрпоштою» доставляють товар споживачеві 40% онлайн-магазинів, а найменше (5%) пропонують доставку «Автолюксом» та «Крим експресом» (рис. 5).

Дослідження показали, що 100% вибраних Інтернет-магазинів, які спеціалізуються на продажу косметично-парфумерних товарів, користуються послугами «Нової пошти», послуги кур'єрської доставки надають 13 підприємств, а це 65%, ПАТ «Укрпошта» та «самовивіз» – 11 та 10 відповідно, або 55% та 50% від загальної кількості по категорії. Найменше підприємств, лише 10%, реалізують косметично-парфумерні

товари через логістичного провайдера Delivery. Отже, нами було визначено найбільш популярні способи доставки товарів, що використовують власники Інтернет-магазинів. Так, серед лідерів логістичних операторів виявилися ТОВ «Нова пошта» та власна кур'єрська доставка.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, електронна торгівля як один із найперспективніших напрямів розвитку торгівлі в Україні спонукає до вдосконалення та розширення ринку логістичних послуг. Доставка товарів Інтернет-магазином є одним з елементів конкурентоспроможності на ринку електронної торгівлі не лише в Україні, а й у світі. Відповідно до проведеного дослідження, можна зробити висновок, що Інтернет-магазини можуть використовувати свою власну службу доставки, використовувати аутсорсинг логістичних послуг або поєднувати власну службу та аутсорсинг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Полтавченко П. Мировой рынок электронной коммерции достиг \$1,5 трлн. URL: <https://oligarh.media/2018/02/02/mirovoj-rynok-elektronnoj-kommertsii-dostig-1-5-trln/>.
2. Ткачук Я. Електронна комерція-2018: що купуватимуть онлайн наступного року. URL: https://24tv.ua/elektronna_komertsiya_v_ukrayini_2018_shho_kupuvatimut_online_v_ukrayini_n903265.
3. Ткачук Я. У 2017 році ринок електронної комерції в Україні очікує стрімке зростання. URL: <http://i-ua.tv/index.php?newsid=445>.
4. Покупки онлайн в Украине: затраты и проблемы. URL: <http://dnepr.info/news/pokupki-onlajn-v-ukraine-zatraty-problemy>.
5. «Нова пошта» сьогодні / Офіційний сайт «Нова пошта». URL: https://novaposhta.ua/o_kompanii/nova_poshta_sogodni.
6. Про нас / Офіційний сайт «Укрпошта». URL: <https://ukrposhta.ua/pro-pidpriyemstvo/zagalna-informaciya/>.
7. Мироненко Н. Службы доставки для Интернет-магазинов: сравнение возможностей. URL: <https://ain.ua/2012/03/21/servisy-dostavki-dlya-internet-magazinov-sravnenie-vozmozhnostej>.
8. Покупки онлайн в 2016 році очима споживачів і що змінилося за 5 років. URL: <http://www.nielsen.com/ua/uk/insights/news/2017/online-shopping-for-web.html>.

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ПОМИЛОК В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

MANAGEMENT STRATEGY OF THE ORGANIZATION BASED ON ANALYSIS OF MISTAKES IN THE CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Харченко Т.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Київський національний університет технологій та дизайну

Громов О.О.

магістр,
Київський національний університет технологій та дизайну

У статті досліджено управління стратегією розвитку організації на основі аналізу помилок в умовах невизначеності. Проведено класифікацію основних помилок стратегії, виявлено їх наслідки для діяльності організації, запропоновано поетапну процедуру виявлення помилок стратегії. Зроблено висновок про необхідність аналізу стратегії організації на предмет виявлення помилок як інструменту антикризового управління на всіх стадіях її життєвого циклу.

Ключові слова: розвиток, стратегічне управління, стратегія, помилки стратегії, життєвий цикл організації.

В статье исследовано управление стратегией развития организации на основе анализа ошибок в условиях неопределенности. Проведена классификация основных ошибок стратегии, выявлены их последствия для деятельности организации, предложена поэтапная процедура выявления ошибок стратегии. Сделан вывод о необходимости анализа стратегии организации на предмет выявления ошибок как инструмента антикризисного управления на всех стадиях ее жизненного цикла.

Ключевые слова: развитие, стратегическое управление, стратегия, ошибки стратегии, жизненный цикл организации.

In the article the management strategy of the organization on the basis of error analysis in conditions of uncertainty. The classification of basic errors strategies revealed the implications for the organization, proposed a phased procedure error detection strategies. The conclusion about the necessity of analyzing the organization's strategy to identify errors as a tool of crisis management at all stages of its life cycle.

Key words: development, strategic management, strategy, strategy mistakes, organization life cycle.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Жорстка конкуренція сучасного бізнесу потребує від організацій гнучкої стратегії розвитку та здатності пристосовуватися до мінливості оточуючого середовища в умовах невизначеності. У таких умовах управління організацією потребує формування ефективної стратегії розвитку, яка базується на аналізі помилок стратегії, який є інструментом антикризового менеджменту. Формування стратегії розвитку є особливим процесом, що залежить від багатьох факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, а її розроблення є трудомістким і довготривалим процесом у діяльності організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної про-

блеми і на які спираються автори. Питання, що стосуються управління та формування стратегії, знайшли своє широке відображення у наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців: М. Мескона, І. Ансоффа, І.О. Бланка, Х. Віссеми, П. Друкера, У. Кінга, Д. Кліланда, Ф. Котлера, Г. Мінцберга, М. Портера, А.А. Томпсона, Дж. Стрікленда, А. Чендлера, М.М. Єрмошенка, А.А. Мазаракі, А.О. Касич, Н.М. Ушакової, Т.О. Харченко, А.В. Шегди, З.Є. Шершньової та ін. Проте специфічні умови господарювання вітчизняних підприємств вимагають подальших досліджень теоретичних і практичних аспектів концепції стратегічного розвитку.

Нині не існує загальноприйнятого та узгодженого визначення терміну «стратегія». На думку Г. Мінцберга, стратегія – це напрям, вектор або курс майбутніх дій; модель, тобто певна послі-

довність дій у часі [1, с. 20]; за А. Томпсоном «...стратегія – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану...» [2, с. 42].

Найбільш узагальненим поняттям з викладеного вище є те, що стратегія являє собою довгостроковий курс розвитку організації та є засобом досягнення цілей, які вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики з урахуванням впливу та стану зовнішнього та внутрішнього середовища. Отже, у межах нашого дослідження під стратегією розвитку організації будемо розуміти систему довгострокових цілей її діяльності, що забезпечують збалансоване зростання у плановому періоді, а також методів, засобів, організаційних механізмів та інструментів їх досягнення на основі наявного економічного потенціалу, що забезпечує розвиток конкурентних переваг організації.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження процесів управління стратегією розвитку організації на основі аналізу помилок в умовах невизначеності.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасних умовах стратегічний менеджмент є невід'ємним складником управлінського процесу, що визнається не тільки вченими, а й керівниками організації по всьому світу. У процесі складання стратегії й утілення її в життя може бути допущено низку помилок, які слід визначати як невідповідності та неточності, допущені в процесі розроблення і реалізації стратегії організації, що ускладнюють досягнення поставлених цілей. Небезпека таких помилок може полягати в тому, що вони стають основою для виникнення протиріч, що перешкоджають досягненню поставлених цілей розвитку організації. До найбільш значущих із них належать:

– протиріччя між менеджментом та іншими зацікавленими сторонами щодо бачення і цілей розвитку організації;

– протиріччя між філіями та/або підрозділами організації в питаннях узгодженості цілей і завдань, забезпеченості ресурсами, наділення необхідними повноваженнями і розподілом відповідальності;

– протиріччя між менеджментом і співробітниками всіх рівнів у сфері розуміння і прийняття вектора розвитку організації, поставлених цілей і завдань;

– протиріччя між поставленими цілями і характеристиками поточного навколишнього середовища і внутрішніми особливостями організації.

Зазначені суперечності об'єктивно здатні викликати кризові явища різного рівня. У рамках

цієї статті криза розуміється як крайня форма загострення протиріч у соціально-економічній системі, що загрожує її життєдіяльності [3, с. 220–224]. Отже, протиріччя, що зумовлені помилками стратегії, являють собою не що інше, як передумови для виникнення внутрішньої кризи в організації. На цій підставі помилки стратегії слід уважати предметом превентивного антикризового управління.

Криза може виникнути на будь-якій стадії життєвого циклу організації (ЖЦО), а саме: «Становлення», «Накопичення», «Зрілість», «Диверсифікація» і «Занепад» [4, с. 220–224]. Також і протиріччя, викликані помилками стратегії, можуть з'явитися й перерости в кризу на кожному із зазначених етапів ЖЦО.

Зокрема, перебуваючи на початковій стадії організації бізнесу, засновники часто помилково визначають ємність і потенціал вибраного ринкового сегмента, невірно вибудовують відносини з потенційними споживачами, не враховують економічні та інші зовнішні чинники, тобто вибирають такий вектор розвитку бізнесу, який свідомо не принесе очікуваних результатів, тому для стадії виникнення характерно протиріччя між цілями організації та умовами її функціонування.

На стадії становлення організація стикається з гострою нестачею ресурсів для розширення бізнесу, що породжує суперечності між різними підрозділами в боротьбі за обмежені ресурси, необхідні для досягнення закріплених у стратегії цілей. Організація зростає так швидко, що менеджмент не встигає коригувати вибрану стратегію відповідно до нових реалій діяльності.

На стадії підйому основним для організації стає питання, як утримати завойоване становище на ринку і в якому напрямі слід розвиватися надалі. Структура організації вже досить розрослася, чисельність персоналу істотно збільшилася порівняно з моментом її виникнення. У зв'язку із цим об'єктивно виникають суперечності між вищим менеджментом, що визначає стратегічні цілі організації, та середнім і нижчим рівнями управління, на який покладається основна відповідальність за реалізацію завдань для досягнення вибраних цілей. Як правило, у більшості рядових співробітників відсутнє розуміння бачення і місії організації, а також важливості їхнього внеску в досягнення заданого результату.

Крім того, на стадії підйому максимально застосовується делегування повноважень, що, своєю чергою, сприяє зародженню протиріч між баченням організації з боку менеджменту і з боку інших зацікавлених осіб, зокрема власників бізнесу. Для керуючих важливішим є досягнення яскравих результатів у короткі строки, тоді як для власників основним залишається питання збільшення вартості організації протягом довгих років.

Усі вищевказані протиріччя на будь-якій стадії життєвого циклу можуть послужити основою

для зародження кризи в організації. Однак найбільш гостро наслідки помилок стратегії проявляються на стадії спаду (кризи), посилюючи вплив інших негативних факторів.

В умовах наявної кризи процес управління включає у себе аналіз причин, що викликали її. До таких причин можуть належати помилки стратегії, що визначає необхідність аналізу стратегії організації в рамках її антикризової бізнес-діагностики [3, с. 220–224]. У ході аналізу стратегії виявляються не тільки причини кризи, а й можливості для посткризового розвитку

організації шляхом розроблення нової стратегії, яка враховує всі раніше допущені помилки.

У зв'язку з обґрунтованою вище необхідністю аналізу стратегії як інструменту діагностики в рамках антикризового управління на різних його стадіях слід класифікувати можливі помилки стратегії. В основі запропонованого групування лежить уявлення про стратегію як про документально закріплену програму розвитку організації. У рамках цього підходу помилки стратегії можна розділити на три групи: помилки форми, помилки змісту і помилки реалізації (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація помилок стратегії із зазначенням їх наслідків

Помилки стратегії	Наслідки помилок
1. Помилки форми	
Некоректне формулювання місії	Невірне формулювання цілей і завдань. Помилкове сприйняття з боку зовнішнього і внутрішнього оточення
Нереалістичність бачення	Недосягнення поставлених цілей. Негативне ставлення оточення
Невідповідність між баченням, місією і цілями	Поточні дії хаотичні. Непорозуміння оточенням довгострокових цілей компанії
Формальність стратегії	Недосягнення поставлених цілей. Поточні дії хаотичні
Невірна структура дерева цілей	Недосягнення поставлених цілей. Плутанина в розподілі відповідальності за реалізацію стратегії
Нечіткість формулювання кінцевих завдань	Недосягнення поставлених цілей Помилкове сприйняття задач виконавцями
Відсутність кількісних орієнтирів реалізації	Відсутність можливості оцінити результати реалізації стратегії. Негативне ставлення оточення
2. Помилки змісту	
Відсутність указівки конкретних заходів щодо досягнення запланованих цілей	Недосягнення поставлених цілей. Негативне ставлення зовнішнього і внутрішнього оточення
Невідповідність елементів стратегії тенденціям розвитку економіки	
Невідповідність елементів стратегії ситуації в галузі, конкурентному середовищі	
Відсутність достатнього фінансового потенціалу	
Відірваність від сильних і слабких сторін компанії	
Не враховується стадія життєвого циклу галузі, компанії, продукту	
Не враховуються територіальні особливості	
Негнучкість системи цілей і заходів їх досягнення	Неможливість оперативно змінити пріоритети діяльності і перерозподілити ресурси в умовах зміни середовища. Поглиблення кризи
3. Помилки реалізації	
Бюрократизація	Недосягнення поставлених цілей
Нечіткість розподілу повноважень і відповідальності	Недосягнення поставлених цілей. Плутанина в процесі реалізації стратегії
Слабка поінформованість персоналу, відсутність прихильності до стратегії	Недосягнення поставлених цілей. Неefективність діяльності персоналу
Неправильний розподіл тактичних завдань між підрозділами	Недосягнення поставлених цілей. Плутанина в розподілі відповідальності за реалізацію стратегії
Відсутність системи контролю ефективності реалізації стратегії	Відсутність бази для коригування стратегії. Негативне ставлення оточення

У результаті допущення вказаних помилок стратегії організація рухається за інерцією, не маючи конкретного напрямку руху, не аналізуючи постійно мінливі зовнішні і внутрішні чинники. Крім того, виникає ризик втрати довіри з боку власників, споживачів, постачальників, кредиторів та інших учасників ринку, тому в разі погіршення стану навколишнього середовища організація може зіткнутися з неможливістю швидкої перебудови і дефіцитом ресурсів (трудових, фінансових, матеріальних). Таким чином, зазначені в таблиці наслідки розглянутих помилок стратегії дають змогу зробити висновок про значний вплив даних помилок на діяльність організації в умовах невизначеності.

Безумовно, стратегічний менеджмент повинен формувати розумну стратегію організації, підвищуючи її економічну ефективність, конкурентні переваги, і надавати можливість грамотно і цілеспрямовано змінювати використаний інструментарій відповідно до зміни умов зовнішнього оточення [5, с. 168–171]. Тому безперечну важливість набувають розро-

блення і реалізація стратегії, що задовольняє всім вимогам внутрішніх особливостей організації і зовнішніх умов в умовах невизначеності і водночас володіє достатньою гнучкістю для швидкого реагування на зміни.

Таким чином, аналіз стратегії діючої організації на предмет виявлення помилок стратегії як інструмент антикризового менеджменту здійснюється в кілька етапів, представлених на рис. 1.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. З проведеного вище дослідження видно, що аналіз стратегії на предмет виявлення помилок форми, змісту і реалізації повинен бути інструментом антикризового менеджменту (передкризового, кризового, посткризового). Зазначений аналіз дасть змогу виявити суперечності до настання кризи, а також виявити резерви для підвищення ефективності поточної діяльності організації, поліпшення її репутації на ринках, збільшення її вартості і ринкової частки, поліпшення лояльності споживачів та ін.

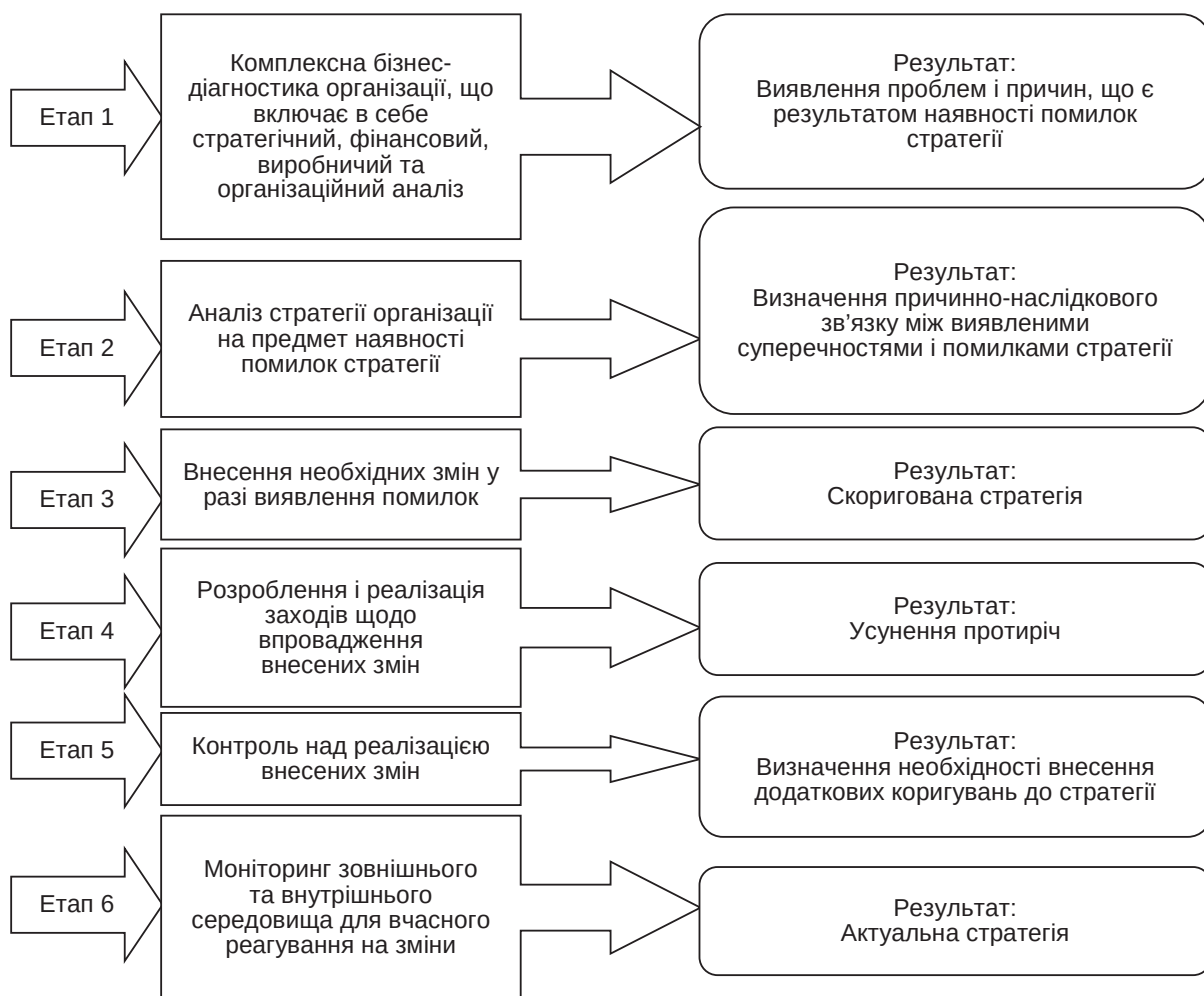


Рис. 1. Основні етапи процесу виявлення помилок стратегії

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Садеков А.А., Гусева О.Ю. Обґрунтування методів управління змінами на вітчизняних підприємствах в умовах фінансово-економічної нестабільності. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2010. Вип. 21. С. 43–47.
2. Chandler A.D. Strategy and Structure Chapters in the history of the American Industrial Enterprises Cambridge. M. A.: MIT Press, 1962.
3. Діденко Є.О. Управління економічною безпекою як запорука ефективного функціонування підприємства. Science and practice: Collection of scientific articles. Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, 2016. С. 220–224.
4. Харченко Т.О., Патлайчук А.І. Особливості формування стратегії розвитку організації на основі життєвого циклу. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. Вип. 6(62). Ч. 2. С. 32–37.
5. Невмержицька С.М. Удосконалення стратегічного управління діяльністю підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2011. № 4 Т. 1(178). С. 168–171.
6. Портер Е.М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов; пер. с англ. И. Минервина. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
7. Харченко Т.О. Стратегічні цілі розвитку державних неприбуткових організацій в сучасних умовах. Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні: тези доповіді Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2017 р.). Київ: КНУТД, 2017. С. 361–364.

СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ КОНТРОЛІНГУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

SYSTEMS OF BALANCES OF CONTROLLING INDICATORS FOR THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

Чижишин О.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного економічного університету

У статті розглянуто сутність збалансованої системи показників, яка переводить загальне бачення і стратегію компанії в конкретні цілі. Ці показники розроблені за кожною з чотирьох перспектив діяльності підприємства. Збалансована система показників дає можливість керівнику визначити, як організація працює над створенням вартості для сьогоднішніх і майбутніх клієнтів, з одного боку, і що слід здійснити підприємству для розширення внутрішніх можливостей і збільшення інвестицій – з іншого.

Ключові слова: показники, система, контролінг, менеджмент, підприємство, формування, ефективність.

В статье рассмотрена сущность сбалансированной системы показателей, которая переводит общее видение и стратегию компании в конкретные цели. Эти показатели разработаны по каждой из четырех перспектив деятельности предприятия. Сбалансированная система показателей дает возможность руководителю определить, как организация работает над созданием стоимости для сегодняшних и будущих клиентов, с одной стороны, и что следует осуществить предприятию для расширения внутренних возможностей и увеличения инвестиций – с другой.

Ключевые слова: показатели, система, контроллинг, менеджмент, предприятие, формирование, эффективность.

In the article the essence of a balanced scorecard, which translates a common vision and strategy of a specific target. These indicators are developed for each of the four perspectives of the enterprise. Balanced Scorecard enables the supervisor to determine how the organization is working to create value for current and future customers on the one hand, and that should make the company to expand internal capacity and increase investment - on the other.

Key words: indicators, system, controlling, management, enterprise, formation, efficiency.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Створюючи передумови повної економічної самостійності, ринок висуває жорсткі фінансові й економічні вимоги, об'єктивність яких орієнтує підприємство на ефективну та рентабельну діяльність.

У цій ситуації безперечною умовою вдосконалення методів управління є повне використання внутрішніх можливостей підприємства, тобто створення дієвої системи контролю виробничих процесів і звітності як основи менеджменту. Ефективність менеджменту знаходиться у прямій залежності від ступеня вдосконалення інформаційного забезпечення. Вдосконалення останнього можна пов'язати з організацією переважно нової системи управління економікою на мікрорівні.

Контролінг – це принципово інша концепція інформації й управління, яка забезпечує підтримку внутрішнього балансу економіки

підприємства шляхом формування інформації про витрати і доходи як основи для ухвалення оптимальних управлінських рішень. Контролінг як інформаційна система достатньо широко реалізується зарубіжними підприємствами і приносить досить значні результати.

В управлінні економікою вітчизняних підприємств дана система не знаходить належного впровадження внаслідок того, що потреба в ній часто переважає над наявністю знань у цій царині.

Внаслідок цього вирішення проблем, пов'язаних з організацією контролінгу, сприятиме підвищенню якості управління, а отже, забезпеченню стабільного розвитку бізнесу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Вивчення наявних робіт низки зарубіжних авторів (Р. Манна, З. Маєра, Б. Нідлза, Д. Хана та ін.) та вітчизняних

(С.Ю. Альошина, О.В. Загороднюка, Т.А. Васильєвої, В.Л. Корієва, В.Д. Кубіка, И.М. Петровича, О.В. Прокопенка, К.А. Коваленка), що відображають дослідження основних питань функціонування контролінгу в достатньо відлагодженому механізмі європейського ринку, дало змогу усвідомити життєвість даної концепції й необхідність її адаптації до національної школи менеджменту.

Найґрунтовніше проблеми системи збалансованих показників контролінгу розглянуто в працях іноземних та вітчизняних учених А. Дайле, Е. Майера, Д. Хана, П. Хорва-та, Ю.Ю. Морозова, М.С. Пушкаря, В.П. Савчука, Л.А. Сухаревої, С.Н. Петренко, Г.І. Кузьменко. Однак питання оцінки економічної ефективності оперативного регулювання на основі системи контролінгу не знайшли достатнього вирішення в опублікованих наукових працях.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження розвитку системи показників контролінгу, їх збалансованості та напрямів удосконалення й впровадження в управлінні підприємством.

Для досягнення мети поставлені такі завдання:

- розкрити економічний складник контролінгу в управлінні підприємством;
- дослідити теоретичні аспекти контролінгу як напряму економічної роботи на підприємстві;
- визначити методіку збалансування основних показників, які забезпечують ефективність підприємництва;
- здійснити аналітичну оцінку діяльності підприємства, використовуючи систему показників;
- дати оцінку результативності системи збалансованості показників контролінгу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням

отриманих наукових результатів. Головною метою застосування контролінгу в системі управління розвитком підприємства є підвищення ефективності та прогнозованості впровадження контролінгових процесів. Для цього необхідно виділити структурно-функціональне підґрунтя, на якому базується контролінг.

До основної групи функцій слід віднести аналітичну, методичну, контрольну, координаційну, інформаційну та функцію підтримки процесу прийняття рішень. Специфічні функції контролінгу включають у себе консалтингову, коментуючу та інноваційну функції. Реалізація функцій контролінгу пов'язана з використанням його методів (інструментів). Для цілей управління інноваційним розвитком на відповідних ієрархічних рівнях доцільно використовувати такі методи контролінгу: стратегічний рівень – SWOT-аналіз, PEST-аналіз, функціонально-вартісний аналіз, аналіз конкурентних переваг, портфельний аналіз, аналіз стратегічного позиціонування, аналіз

сценаріїв; оперативний рівень – GAP-аналіз, портфоліо-аналіз, система збалансованих показників, бюджетування, ABC-аналіз, аналіз фінансових показників [1, с. 210].

Синтезоване поняття «організація контролінгу», на нашу думку, має розглядатися як процес, що спрямований на інтеграцію контролінгу шляхом визначення його функцій, компетенцій, ролі та місця в організаційній структурі. Максимальна результативність підприємства є ключовим критерієм ефективності організації системи контролінгу.

Проблема організації контролінгу охоплює такі питання: як служба контролінгу повинна бути організована; які завдання має виконувати; як повинен бути організований процес виконання поставлених зфвданий; які інструменти контролінгу варто застосовувати з певних обставин; як оцінити ефективність служби контролінгу.

Завдання побудови контролінгу менеджмент підприємства покладає передусім на фінансового директора. Спосіб реалізації функцій управління безпосередньо впливає на структуру управління, розмежовуючи повноваження, відповідальність між посадовими особами.

Пошуки найефективнішої моделі контролінгу привели до висновку, що не існує єдиної універсальної моделі контролінгу, яка може однаково ефективно задовольнити потреби кожної окремої організації, тому набуває актуальності питання: в яких умовах та які характеристики системи контролінгу є найбільш ефективними?

У середині 60-х років в англійських наукових публікаціях виник ситуативний підхід (contingency approach) у менеджменті, що належить до низки біхевіористичних теорій. У німецькомовних наукових працях цей підхід одержав назву Situative Ansatz [2, с. 93].

Прихильники такої точки зору на противагу бюрократичній моделі Вебера розглядають організацію як відкриту систему, на яку впливають зовнішні та внутрішні фактори.

Організація з погляду ситуативного підходу є відкритою системою, елементам якої притаманні певні характеристики.

Використання такого підходу дає змогу всебічно дослідити та встановити закономірності між організаційними характеристиками та умовами середовища, що оточує підприємство. Установлені закономірності слугують теоретичною основою менеджменту під час організації систем управління та, зокрема, контролінгу.

Сьогодні більшість керівників активно використовує традиційне стратегічне управління та стратегічні маркетингові підходи до управління підприємством. Стратегічне маркетингове управління як процес передбачає визначення цільових орієнтирів організації, здійснення стратегічного аналізу (тобто аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища організації), розроблення стратегії, реалізацію стратегії та здій-

снення стратегічного контролю. Причому саме здатність організації результативно впроваджувати свої маркетингові стратегії є ключовим фактором, який визначає вартість компанії.

Збалансована система показників – це система стратегічного управління організацією на підставі вимірювання та оцінки ефективності її діяльності за набором показників, підібраних так, щоб урахувати всі суттєві (з погляду стратегії) аспекти діяльності організації: фінансові, маркетингові, виробничі і т. ін. Вона трансформує місію і загальну стратегію організації в систему взаємозв'язаних показників [3, с. 218].

Збалансована система показників дає змогу менеджерам оцінити бізнес із чотирьох різних позицій і дати відповіді на такі чотири основні запитання [4, с. 147]:

1. Як ми виглядаємо в очах акціонерів і яким є наш потенціал як потенційного партнера на ринку (зовнішня фінансова перспектива)?

2. Як споживачі ставляться до нас (перспектива клієнтів)?

3. У чому ми повинні діяти краще за інших (перспектива внутрішніх бізнес-процесів)?

4. За рахунок яких знань, умінь, досвіду, технологій та інших нематеріальних активів ми зможемо реалізувати наші конкурентні переваги (перспектива навчання та зростання професійності персоналу)?

Як правило, кожен блок повинен охоплювати від трьох до п'яти показників. Збалансована система показників переводить загальне бачення і стратегію компанії в конкретні цілі й показники за кожною з чотирьох перспектив діяльності підприємства. Зберігши фінансові параметри оцінки минулої діяльності підприємства, збалансована система показників дає можливість керівнику визначити, як організація працює над створенням вартості для сьогоdnішніх і майбутніх клієнтів, з одного боку, і що слід здійснити підприємству для розширення внутрішніх можливостей і збільшення інвестицій у персонал, бізнес-системи і процедури для вдосконалення своєї діяльності в майбутньому – з іншого. Крім того, означення «збалансована» у цій системі показників означає, що це не просто набір фінансових і нефінансових показників діяльності чи основних факторів успіху підприємства. У правильно побудованій системі різнопланові показники повинні відображати взаємопов'язані цілі й оціночні критерії їх досягнення. Тобто збалансована система показників – це взаємозалежність причинно-наслідкових зв'язків із критеріями оцінки результатів і факторів їх досягнення.

Розглянемо процес заданості цілей і визначення показників функціонування за кожною з чотирьох перспектив (сфер) діяльності підприємства: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та зростання професійності персоналу. На практиці компанії повинні вибирати ті показники, які найбільшою мірою відповіда-

ють їх конкретним потребам і тим обставинам, в яких вони перебувають.

Зовнішня фінансова перспектива (*external financial perspective*). Фінансові показники виконання, що відображають історичний аспект подій, які вже відбулися, вважаються традиційними, однак досі застосовуються для визначення ступеня впливу стратегії і цілей організації на фінансові результати діяльності. На рівні підприємства можуть використовуватися такі фінансові показники, як: операційний прибуток, маржинальний дохід, прибуток на інвестований капітал (ROI), залишковий дохід (RI), економічна додана вартість (EVA). Серед інших фінансових цілей можна виділити зростання доходів, зниження витрат і використання активів. До типових фінансових цілей можна віднести, наприклад, зростання ROI на 20% та/або збільшення обсягу реалізації й операційного доходу на 100% протягом наступних п'яти років.

Перспектива клієнтів (*customer perspective*). Перспектива клієнтів вимірює результати діяльності підприємства на цільових сегментах клієнтів і ринку. Перспектива клієнтів типово використовує показники досягнення результатів, які характеризують взаємодію з клієнтом. Вони відповідають на запитання, як організація повинна діяти для досягнення найвищого рівня задоволення потреб клієнта, утримання клієнта, залучення нових клієнтів і завоювання своєї частки ринку.

Перспектива внутрішніх бізнес-процесів (*internal business process perspective*). Перспектива внутрішніх бізнес-процесів фокусується на тих бізнес-процесах, які збільшують цінність для клієнтів і знижують витрати для поліпшення фінансових результатів діяльності. Р. Каплан і Д. Нортон у межах ланцюжка створення цінності пропонують виділяти три основні типи внутрішніх процесів [5, с. 300].

Перспектива навчання та зростання професійності персоналу (*learning and growth perspective*). Четвертий складник збалансованої системи показників визначає інфраструктуру, яку слід створити для забезпечення довгострокового зростання й удосконалення. Організаційне навчання і кар'єрне зростання мають три головні джерела: люди, інформаційні системи та організаційні процедури. Показники підготовки працівників включають ступінь задоволеності працівників, плинність кадрів, навчання і розвиток навичок та вмінь. Показники можливостей інформаційних систем визначають, чи надають ці системи точну, надійну і послідовну інформацію, яка інформує менеджерів про їх клієнтів і господарські процеси. Організаційні процедури можна оцінити, визначивши наявність в організації специфічних чинників успіху з адекватними системами винагороди.

Серед наявних методів формування стратегії оптимальним варіантом є використання збалансованої системи показників, яка не тільки спрямована на підвищення операційної ефек-

тивності (покращення якості продукції, зменшення часу обробки замовлення, тривалості виробничого циклу, зменшення вартості тощо), а й є інструментом управління стратегією.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Узагальнюючи, можна зазначити, що збалансована система показників надає організації зовсім новий інструмент управління, який дає змогу переводити бачення організації та її стратегію у набір взаємозв'язаних збалансованих показників, що оцінюють критичні фактори не тільки поточного, а й майбутнього розвитку організації.

Результати проведеного наукового дослідження можуть бути покладені в основу подальшого розвитку науково-методичних засад, формування збалансованої системи показників та впровадження альтернативних моделей формування та вибору стратегій розвитку на вітчизняних підприємствах.

Для такої ефективної діяльності служба контролінгу має інтегрувати свою систему із системою бухгалтерського обліку та звітності.

Так, система маркетингового контролінгу покликана забезпечувати керівництво підприємства об'єктивною, достовірною і своєчасною інформацією. Невиконання системою цього призначення може призвести до втрат на підприємстві, оскільки відсутність достовірної інформації спричинює неправильні управлінські рішення в маркетингу, що згодом позначаються на результатах процесу реалізації продукції підприємства

Сучасні умови ринкової економіки і конкуренції вимагають від керівництва ефективного управління підприємством. Усе частіше необхідність зменшення собівартості продукції (або послуг) та зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку змушують підприємства шукати нові шляхи й методи вдосконалення контролінгу, обліку й оподаткування.

Нами була запропонована система генерального, оперативного і фінансового планування – система збалансованих показників. Вона визначає стратегічні концепції, стратегічні цілі й показники діяльності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білик М.Д. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва та напрями її вдосконалення. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 1. С. 60–65.
2. Garrison R. Managerial Accounting рішень. Homewood: BRI Irwin. 1998 238 p.
3. Кубік В.Д. Роль і значення системи контролінгу в управлінському обліку підприємств. Облік, економіка, менеджмент наукові нотатки. 2014. Вип. 4. С. 217–222.
4. Мельник С.І. Принципи контролінгу в управлінні підприємством. Управління розвитком. 2013. № 12. С. 146–148.
5. Третьякова М.Л. Контролінг як концепція ефективного управління підприємством. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2013. Вип. 10(4). С. 298–303.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕДІЙНОГО БІЗНЕСУ ЗГІДНО З ЕКОНОМІЧНИМИ ОСОБЛИВОСТЯМИ ВИРОБНИЦТВА МЕДІАПРОДУКТІВ

MEDIA BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES IN COMPLIANCE WITH THE ECONOMIC FEATURES OF THE MEDIA PRODUCTS PRODUCTION

Шевченко І.Б.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри
організації менеджменту видавничо-поліграфічної галузі
видавничо-поліграфічного інституту,
Київський національний технічний університет
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Формування сучасного інформаційного суспільства, в якому практично кожен може створити власний інформаційний продукт, значною мірою залежить від медійної галузі та стратегій розвитку медіабізнесу. У статті розглянуто загальні напрями формування стратегії для галузі медіабізнесу під час виробництва деяких медіапродуктів.

Ключові слова: стратегія медіабізнесу, медіапродукти, економічні особливості, ціноутворення, вартість.

Формирование современного информационного общества, в котором практически каждый может создать собственный информационный продукт, в значительной мере зависит от медийной отрасли и стратегий развития медиабизнеса. В статье рассмотрены общие направления формирования стратегии для отрасли медиабизнеса при производстве некоторых медиапродуктов.

Ключевые слова: стратегия медиабизнеса, медиапродукты, экономические особенности, ценообразование, стоимость.

The formations of a modern information-oriented society in which practically everybody can create own information product largely depends on the media industry and media business development strategies. The article discusses the general directions for strategy formation for the media business industry in the production of certain media products.

Key words: media business strategy, media products, economic features, pricing, cost.

Постановка проблеми. Глобалізація інформаційних процесів, поширення всесвітньої мережі інформації Інтернет, масове використання комп'ютерів, вдосконалення засобів зв'язку, використання ІТ-технологій в усіх сферах суспільного життя (особливо в медійній сфері) спричинять створення глобальної телекомунікаційної структури, формування доступних масових баз даних різноманітної інформації, появу нових правил поведінки у віртуальному просторі. Результатом діяльності людини стане не матеріальний, а інформаційний медіапродукт, що перетворить людську спільноту на нове інформаційне суспільство. Формування такого суспільства значною мірою залежить від медійної галузі та стратегій розвитку медіабізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем медійної сфери

займаються багато вчених, журналістів, видавців, економістів, маркетологів, як зарубіжних, так і вітчизняних. Серед них можна виділити В. Іванова, Дж. Бернета, К. Мозера, І. Вікентьєва, Г. Почепцова, Є. Вартанову.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте багато дослідників розглядають методи та інструменти створення та просування контенту залежно від особливостей комунікації з аудиторією, її смаків, вивчають технічні засоби поширення продуктів, мало звертаючи увагу на особливості економічних процесів у медіагалузі.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає в розгляді економічних особливостей виробництва медіапродуктів та окресленні загальних напрямів їх стратегічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Більшість науковців поділяє думку А. Фатхутдінова про те, що стратегія – це програма, довгостроковий план розвитку організації, генеральний курс об'єкта управління щодо досягнення ним стратегічних цілей в будь-якій галузі діяльності [1, с. 7]. Основним завданням стратегічного менеджменту є досягнення конкурентоспроможності організації та її продукту на тривалий період та забезпечення економічної стійкості підприємства до негативних кризових чинників зовнішнього середовища. Він повинен забезпечити швидке реагування підприємства на зміну зовнішньої кон'юнктури, яка може спричинити необхідність перегляду стратегічних цілей та зміну загального напрямку розвитку [2].

Провідні фахівці медіабізнесу визначають основні фактори, що сприяють успішності стратегій медіапродуктів:

– цінування співтовариства з аудиторією, налагодження ефективного зворотного зв'язку [3, с. 7];

– достовірність та актуальність контенту;
– пошук своєї ніші споживчої аудиторії;
– опора на ключові цінності аудиторії;
– використання інноваційних продуктів та технологій.

Діяльність медіакорпорацій повинна бути прибутковою, економічно ефективною, тому під час розроблення ефективної стратегії необхідно враховувати особливості ціноутворення медіаконтенту.

В медіагалузі можна виділити такі сфери, які створюють власні медіапродукти, як друковані ЗМІ, телебачення, радіо, Інтернет та видавництво книг. Послідовно розглянемо їх та продукцію, котру вони виробляють.

До друкованих періодичних видань відносяться газети та журнали. Газета є одним з найперших та найстаріших засобів масової інформації. Протягом століть вона залишалась основним джерелом новин для багатьох людей. У ХХ ст. з появою радіо, телебачення та Інтернету вона втратила свою значимість, проте все ж таки змогла адаптуватися до нових умов. Неспроможність забезпечення оперативності інформації газета компенсує можливістю коментувати та надавати первинний аналіз подій.

Виробництвом газетної та журнальної продукції займаються підприємства, що перебувають переважно в приватній власності. Отже, як і кожному бізнесу, важливо забезпечити прибутковість видавництва. Економіка періодичних видань також тісно пов'язана з розвитком масового виробництва, становленням ринку реклами та вдосконаленням технології друку.

Розглянемо основні економічні особливості друкованих ЗМІ, що впливають на їх ціноутворення [4]:

1) це продукт з високою вартістю першої копії;

2) популярність видання (обсяг попиту) залежить від організації системи поширення;

3) важливим джерелом доходу (фінансування) є реклама.

Перша особливість характерна для всіх видів видавничої продукції. Більша частина витрат пов'язана з додрукарськими процесами, що включають творчий процес написання статей, підбір статей та інших інформаційних та рекламних матеріалів, редагування та створення оригінал-макета видання. Вони відносяться до постійних витрат. При цьому питома вага перемінних витрат, що пов'язані переважно з друком тиражу, досить незначна. Це приводить до ефекту масштабу виробництва, що характерний для масового випуску продукції в будь-якій галузі. Таким чином, за збільшення обсягів виробництва собівартість одного екземпляра знижується. Масовість та постійність виробництва приводять до високого рівня концентрації в галузі виробництва газет та журналів і монополізації ринку.

Ефективна система поширення впливає не тільки на кінцеву ціну газети, але й на ставлення до неї читацької аудиторії. Хоча друковані видання не можуть конкурувати за оперативністю з іншими видами ЗМІ, доставляться вони повинні своєчасно, щоденно або зі встановленою періодичністю. Зазвичай вони поширюються через пошту або спеціальні агенції з поширення. Витрати на доставку також займають значну частку в ціні тиражу.

Газета вперше донесла рекламну інформацію до широкого кола читачів. Розміщення реклами та приватних оголошень є надійним джерелом фінансування друкованих видань. Даючи можливість розміщення рекламних матеріалів, газети забезпечують доступ до своїх читачів рекламодавцям. Така реклама більш приваблива, ніж в інших видах ЗМІ. Вона менш нав'язлива, більш інформативна, містить адреси магазинів та купони на скидку, її можна прочитати, а також повернутись до неї будь-коли. Для рекламодавців така реклама має також низку переваг, адже вона більш дешева, часто повторюється, дає змогу врахувати регіональні особливості споживачів.

Читання газет та журналів пережило пік своєї популярності в другій половині ХХ ст., проте газетний бізнес міцно зайняв свою частку ринку та має стійке економічне положення. Падіння читацького інтересу спонукає видавців достеменно вивчати свою аудиторію, орієнтуючись на її смаки та вподобання, залучати високопрофесійних журналістів та дизайнерів, розробляти оригінальні маркетингові стратегії. Також на збільшення тиражів в Україні впливають процеси становлення громадянського суспільства, тенденції змін соціального та демографічного розвитку, стиль життя читачів, політична та економічна ситуація в країні.

Створення монополій на регіональних ринках стало основною тенденцією медіаіндустрії.

Цьому сприяє як ефект масового виробництва, так і «ефект спіралі тиражу». Рекламодавець вибирає серед конкуруючих видань те, що має найбільший тираж та популярність в регіоні. Залучення основної кількості реклами забезпечує газеті стабільне фінансування, дає можливість покращити якість журналістських матеріалів, оформлення, ефективність поширення. Це дає можливість підвищити тираж та розвиватись по «спіралі тиражу». Економічне становище конкурентів погіршується та, зрештою, веде до закриття або продажу бізнесу.

Цінова конкуренція друкованих видань має двоякий характер. По-перше, це конкуренція за ціну одного екземпляру газети. По-друге, це конкуренція розцінок за розміщення реклами.

Дослідження доводять, що ціна газети нееластична, оскільки певний цільовий сегмент споживачів перш за все цікавлять зміст та якість матеріалів видання. Проте за сприятливих демографічних, економічних та соціальних умов сегмент потенційних споживачів може зростати, тоді зниження ціни може сприяти їх залученню.

Цінова конкуренція в наданні рекламної площі є більш вираженою. Загальновідомо, що ці розцінки в різних видань суттєво різняться. Конкуренція з іншими видами ЗМІ, зменшення кола читачів привели до того, що друкована реклама стала менш привабливою. Щоб залучити рекламодавців, навіть найбільш крупні газети повинні знижувати розцінки за розміщення реклами.

Розвиток науково-технічного прогресу привів до появи телебачення, і зараз важко уявити життя без телевізора. Телевізійні приймачі є майже в кожному домі в усіх кутках світу. Телебачення створило наймасовішу аудиторію. В епоху масового виробництва та становлення індустріального суспільства воно зіграло важливу роль і як постачальника інформації, і як одного з елементів створення та формування суспільної думки, і як засобу сприяння масового споживання.

Телебачення одночасно є й найбільш витратним, й найбільш прибутковим бізнесом. Можна виділити три групи телекомпаній:

1) телекомпанії по організації мовлення (вони організують виробництво телесигналу та надходження його до телеприймачів споживачів);

2) телекомпанії продюсерські (вони займаються виробництвом інформаційних та розважальних програм, фільмів, серіалів тощо);

3) телекомпанії, що займаються і поширенням телесигналу, і виробництвом медіапродукту.

Разом з традиційним телебаченням сьогодні існує кабельне та супутникове.

Можна виділити декілька сучасних форм організації роботи телекомпаній та отримання прибутку.

1) Комерційне телебачення.

Як основна форма проведення колективного та сімейного дозвілля телебачення забезпечило

масовість аудиторії та доступ до неї рекламодавців. Телевізійна реклама найбільш ефективна сьогодні та забезпечує інформацією найбільше коло споживачів. Розцінки за рекламу на телебаченні досить високі та створюють надійне джерело фінансування, тому глядачі мають безкоштовний доступ до таких каналів. Комерційні канали переважно орієнтовані на пасивну аудиторію, котру потрібно розважати.

2) Громадське телебачення.

Телебачення є унікальним інструментом, що може впливати на думки та психіку людини. Тому його часто використовують як платформу для вираження політичних поглядів, залучення тагуртування одностайних, формування суспільної думки та національної ідеї, а також створення масової культури. Фінансується за рахунок добровільних внесків громадських та політичних організацій, спонсорської допомоги юридичних та фізичних осіб, а також абонентської плати за доступ до громадських телеканалів. Громадське телебачення орієнтується на свідомих громадян, що прагнуть критично осмислити сьогоднішнє та активно відстоюють свою громадянську позицію.

3) Державне телебачення.

Основним джерелом фінансування є державний бюджет. Може також використовуватися спонсорська допомога комерційних структур, що підтримують і фінансують державну політику сьогодні. Державне телебачення використовується для пропаганди тих чи інших поглядів, консолідації прихильників провладних політичних організацій, виховання патріотизму, сприяння усвідомленню національної ідентичності.

Сучасні телерадіокомпанії використовують переважно змішані моделі фінансування. Шляхами поширення телевізійних продуктів є Інтернет, ефір, кабель, супутник.

Телекомунікаційні ЗМІ принципово відрізняються від друкованих. По-перше, зі збільшенням споживачів споживча вартість телепрограми не змінюється. По-друге, ефірне телебачення безоплатне для споживача, потрібно мати тільки телеприймач та антену, тоді як за кожен примірник газети чи журналу потрібно заплатити з власної кишені. По-третє, для газет та журналів досить суттєвою є стаття витрат на поширення та друк додаткового тиражу, що не завжди є виправданим. Тоді як телекомпанії, будуючи телетранслятор у регіоні, здійснюють одноразові капітальні вкладення, а за збільшення аудиторії не несуть додаткових витрат.

Виходячи з вищесказаного, виділимо основні економічні особливості телевізійних ЗМІ:

– щоб досягнути ефекту масштабу виробництва, необхідно залучати якнайширшу аудиторію; при цьому телекомпанії не мають додаткових витрат під час приєднання нових глядачів, вони несуть витрати тільки щодо виробництва нових телепередач;

– з плином часу витрати на доставку телепрограм скорочуються;

– щоб не втратити глядацьку аудиторію, а також забезпечувати її розширення, необхідно створювати нові телепрограми, підвищувати їх якість та використовувати інновації;

– виробництво нових телепрограм потребує значних фінансових, матеріальних витрат та залучення високооплачуваних професіоналів.

Для зниження витрат компанії використовують такі способи:

– виробництво серіалів;

– виробництво дешевих програм, зокрема ток-шоу, сіткомів, мильних опер, передач для дітей, програм зі дзвінками в студію;

– використання більш дешевої апаратури та студійного обладнання;

– вторинне використання програм, адже за збільшення числа показів вартість авторських прав знижується;

– рециклінг (багаторазове використання інформаційних сюжетів).

З появою цифрового телебачення стали можливими формування індивідуального пакета програм та доставка їх конкретному споживачу через кабель або супутник, надання нових послуг, таких як відкладений перегляд або перегляд на замовлення. Така тенденція для споживача буде означати перехід від безплатного телебачення до платного. Тому абонентська плата стане постійним джерелом фінансування телебачення.

Найпоширенішим засобом передачі інформації на земній кулі стало радіо. Воно є в кожному домі та автомобілі. Сучасні засоби мініатюризації дали змогу вмонтувати радіоприймачі у безліч електронної техніки, а саме мобільні телефони, планшети, будильники, телевізори, музичні програвачі.

У 20–50-х роках минулого сторіччя радіо створило наймасовішу аудиторію, що дало поштовх розвитку комерційного радіо, котре отримувало свої доходи від оплати реклами. Державні інституції також усвідомили важливість радіо як засобу масової пропаганди панівної ідеології країни. Радіо має найбільшу швидкість поширення новин. Нині воно не втратило цієї переваги, оскільки не потребує створення відеосюжету.

Розвиток телебачення та зменшення витрат на радіорекламу змусили радіокомпанії змінити стратегії масових аудиторій на нішеві стратегії та орієнтацію на певний сегмент споживачів, а також залучення регіональної реклами. Місцеві виробники зазвичай не мають значних рекламних бюджетів, тому дешева радіореклама з можливістю фокусування на потрібному сегменті споживачів цілком задовольняє їхні інтереси.

Переваги радіореклами для рекламодавців:

– дешевизна та доступність (низькі витрати на забезпечення ефіру, створення рекламного ролика, який не потрібно підкріплювати відео-

рядом образів, забезпечують низьку вартість рекламних оголошень; безліч радіоприймачів в автомобілях та побутових пристроях забезпечують легкий доступ до аудиторії);

– фокусування на вибраному сегменті споживачів;

– гнучкість (дає змогу враховувати регіональні культурні особливості, час доби, сезон, тенденції місцевого ринку);

– використання звуку для створення уявних образів;

– позитивне сприйняття слухачем як ненав'язливого носія інформації та розваг.

Отже, сучасне радіо використовує нішеві маркетингові стратегії, концепцію форматного радіо, прагнучи найбільш повного задоволення інформаційних та музичних смаків слухачів. Це дало початок конкретної сегментації аудиторії, що потім було використано кабельним телебаченням.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій привів до структурних змін в медіаіндустрії. Швидке поширення Інтернету, простота та доступність інформаційних послуг миттєво завоювали масового споживача. Інтернет-бізнес пропонує нові продукти та послуги.

Сучасна технологія оцифровки відео, аудіо, графічних зображень та текстів, цифровий формат роблять їх доступними для комп'ютерів, тому вони легко передаються по комунікаційних каналах. Створюється особливе комунікаційне середовище, в якому медіапродукти не мають традиційних недоліків. Витрати на друк, поширення, придбання інформаційної продукції заміщаються витратами підключення та експлуатації Інтернету і для виробника, і для споживача. Підвищується інтерактивність електронних ЗМІ. В результаті кожен користувач має змогу стати виробником інформації через ведення блогів, створення груп за інтересами, розмістивши фото чи відео, коментуючи новини.

Збільшення інновацій приводить до трансформації медіаекономіки та інтеграції з іншими секторами народного господарства. Сучасні електронні пристрої прив'язані до екрану комп'ютера, телевізора чи мобільного телефону. Мініатюризація електронних пристроїв та багатфункціональність роблять їх зручними та легкими у користуванні. Виробники інформаційного контенту об'єднуються з виробниками обладнання для медіаіндустрії, виробники побутової електроніки об'єднуються з виробниками комп'ютерної техніки та мобільних телефонів. Виникають нові промислові об'єднання між технологічними секторами та секторами поліграфічної, видавничої, відео- та кіноіндустрії. Мультимедійні концерни створюють новий інтегрований ринок, на котрому нерозривно пов'язані виробництво змісту інформаційних та розважальних продуктів, обладнання, необхідного для цього виробництва, мультимедійних послуг, мережевого обслуговування та створення програмного забезпечення.

Сучасні ЗМІ сьогодні можуть передаватись як в традиційних формах (текст, зображення, відеосюжет), так і в онлайнівій (мережева газета або портал) та оффлайнівій (компакт-диск, DVD) формах. Мультимедійність та інтерактивність медіапродуктів дають змогу аудиторії створювати власний індивідуальний інформаційний простір, а число споживачів різко скорочується. Така спрямованість на окремого споживача потребує відмовитись від масової реклами та перейти на принципи індивідуального фінансування.

Завдяки дигіталізації різні підприємства медіаіндустрії та ЗМІ, видавництва, рекламні служби організовують виробництво контенту в декілька стадій:

- виробництво змісту контенту;
- перетворення змісту на певний цифровий формат;
- поширення продукту.

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології створюють канали для поширення контенту та стають економічною основою медіаіндустрії, що веде до їх інтеграції.

Розглянемо деякі особливості впливу комп'ютеризації на економіку ЗМІ.

По-перше, значно здешевлюється виробництво оригінал-макета інформаційного продукту. Журналіст представляє набраний на комп'ютері текст, якому потрібні мінімальні роботи з редагування, верстки та розміщення матеріалів. Журналіст може працювати дистанційно, розшукуючи інформацію для створення контенту в Інтернеті, пересилаючи свої матеріали електронною поштою, що значно здешевлює витрати на відрядження та поштові витрати, скорочує кількість редакційних відділів.

По-друге, витрати на друк та поширення медіапродукту або незначні, або зникають взагалі.

По-третє, з'явився швидкий зворотний зв'язок зі споживачами контенту, що дає змогу індивідуалізувати послуги та оплату за них.

По-четверте, наявність зворотного зв'язку дає можливість зібрати інформацію про споживачів та надати її рекламодавцям.

Сьогодні існують такі моделі надання медіа-послуг на основі сучасних інформаційних технологій:

- платний Інтернет (споживач за доступ до певного сайту, певного інформаційного контенту платить гроші);
- безоплатні послуги (споживач платить тільки за надання послуг Інтернету та отримує доступ до безлічі різноманітних сайтів);
- рекламні інтернет-послуги (отримання плати рекламодавців за надання інформаційних баз даних своїх споживачів);
- створення загальних та індивідуальних порталів (користувач отримує доступ до структурованого інформаційного простору, де заступенем запиту нової інформації чи реклами з'являється новий зміст);

– створення багатоцільових порталів (нові пропозиції ширші, ніж попередні, пропонують перегляд телеканалів, пошук у відеоархівах, різноманітні мультимедійні матеріали, надання платних послуг погодинного контенту тощо).

Отже, вплив Інтернету та нових технологій на медіаіндустрію посилюється з року в рік. Збільшуючи кількість та розмаїття медіа та комунікаційних послуг, Інтернет зменшує витрати під час виробництва та поширення медіапродуктів, посилюючи інтенсивність конкуренції між ними. Крім того, користувачі електронних комунікаційних мереж можуть відчувати на собі негативні наслідки, такі як інформаційне перенасичення, психологічна залежність від Інтернету, ріст соціальної апатії.

Одним із найбільш прадавніх засобів масової комунікації є книга. Постійна та безперервна взаємодія різних феноменів духовної сфери життя суспільства, що виявляються, зокрема, на функціональному рівні, складає глибинний зміст поняття «книга» та виявляє великий невичерпний потенціал людської творчої діяльності, виступаючи однією з головних умов успішного розвитку людини як особистості, усього суспільства загалом, гарантією соціального прогресу.

Соціально-комунікативний підхід до функцій книги дає змогу зрозуміти, що думка про можливість її зникнення є хибною.

Значення книги можна зрозуміти після розгляду її основних функцій [5, с. 236–238]:

- 1) освітня (книга зберігає людські знання та передає їх з покоління в покоління, здавна вона використовується для навчання та підняття професійного рівня);
- 2) виховна (допомагає людям засвоїти основні культурно-етичні цінності, мову, мораль, звичаї, сформувати свідомість індивіда та стати повноцінним членом громадянського суспільства з високим рівнем громадянської свідомості);
- 3) комунікаційна (забезпечує взаємозв'язок поколінь, історичну спадковість, цінність історичного розвитку людства та його уроків, усвідомлення себе невід'ємною частиною прогресу суспільного розвитку);
- 4) носіологічна (пізнавальна) (книга концентрує в собі не тільки знання, але й соціальний досвід інших людей, створюючи умови для пізнання та освоєння оточуючого світу);
- 5) аксіологічна (формує систему цінностей, що сприяють задоволенню потреб людини та відповідають особистим запитам і нормам у певній історичній та життєвій ситуації);
- 6) регулятивна (має здатність впливати на поведінку людини в різних ситуаціях, у різних сферах життя);
- 7) інтегративна (забезпечує цілісність суспільства на базі засвоєння його культури, зокрема книг);
- 8) дезінтегративна (здатна об'єднувати людей навколо ідей, цінностей, проте проти-

ставляє їх тим спільнотам, що не поділяють їх поглядів, підтримуючи та пропагуючи інші суспільні ідеї).

Масове виробництво перетворило книгу на товар широкого вжитку. Цей феномен історико-культурної спадщини та освітньо-виховної цінності набув споживчої та економічної вартості. Сучасний покупець шукає книгу цілеспрямовано відповідно до особистих уподобань. Вона може стати в нагоді у навчанні, науковій та професійній діяльності, отриманні нових навичок, для розваги чи подарунку. У споживача з'явилися вимоги до матеріалів, оформлення, санітарно-гігієнічних вимог безпеки та вартості книги. Власники видавничого бізнесу піклуються про зниження собівартості та підвищення прибутковості реалізації продукції.

Отже, основне завдання сучасної книги полягає в сприянні інтелектуальному та духовному розвитку особистості з урахуванням купівельно-спроможного попиту.

Створення її споживчої вартості реалізується через вибір теми, жанру, сюжету, мовностилістичні особливості авторів, якість редакційної обробки тощо, а також полягає у задоволенні духовних, інтелектуальних та естетичних потреб людини. Економічна вартість формується в процесі виробництва її як товару та складається з вартості видавничо-поліграфічних процесів і вартості поширення книги.

Основні завдання видавничо-поліграфічної галузі:

- задоволення потреб особи, суспільства, держави у видавничій продукції та отриманні прибутку від цього виду діяльності;

- створення можливостей для самовиявлення громадян як авторів незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак;

- забезпечення права на свободу думки та слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань;

- сприяння національно-культурному розвитку українського народу шляхом збільшення загальної кількості тиражів, обсягів та розширення тематичного спрямування українського книговидання;

- забезпечення доступу українського суспільства до загальнолюдських цінностей шляхом перекладу державною мовою кращих здобутків світової літератури, науки тощо, налагодження співпраці з іноземними видавництвами, українською діаспорою, укладення відповідних міжнародних угод;

- здійснення книговидання мовами національних меншин в Україні;

- збільшення кількості видань іноземними мовами, які поширювали б у світі знання про Україну;

- зміцнення матеріально-технічної бази видавничо-поліграфічного комплексу та мережі поширення видавничої продукції.

Видавничий бізнес перш за все повинен орієнтуватися на потреби та смаки споживачів, створювати інноваційні видавничі продукти, в котрих авторський зміст буде поєднуватися з унікальними видавничими ідеями, набуваючи індивідуальності та неповторності, які не характерні для інших медійних продуктів. Необхідно кваліфікована та гнучка маркетингова політика, раціональна організація видавничого, поліграфічного та збутового процесів, що забезпечать економічну ефективність виробництва.

Останнім часом поширення електронних книжок та безоплатних е-бібліотек витісняє друкований варіант книги. Це зменшує обсяги реалізації друкованих видань, знижує ефективність діяльності мережі поширення книг. З іншого боку, це зменшує витрати на друк та поширення продукції, створює нові можливості для нових креативних проєктів, що поєднують унікальний авторський задум з інформаційними технологіями. Для цього необхідно забезпечити надійний контроль за дотриманням авторських прав у мережі Інтернет та механізм індивідуальної оплати за користування е-ресурсами.

Це найбільш гостра проблема сучасності. Навіть найбільш досконалі системи захисту інформації дають збої. Тому, як і інші медійні підприємства, книговидавництва можуть компенсувати частину своїх витрат за рахунок розміщення реклами або об'єднання з операторами надання послуг Інтернету, пропонуючи додаткові можливості споживачам.

Висновки. Отже, виходячи з вищевикладеного, можемо виділити основні завдання стратегії для медіабізнесу:

- створення цікавого контенту для забезпечення найширшої читацької та глядацької аудиторії;

- масовість аудиторії, що дасть змогу залучити більше рекламодавців;

- плата за розміщення реклами, що здешевить послуги для індивідуального користувача;

- індивідуальний підхід до кожного споживача, формування не тільки індивідуального пакета теле-, радіо- та інтернет-послуг, але й індивідуального пакета рекламних оголошень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фатхутдинов Р. Стратегический менеджмент: учебник. 7-е изд., испр. и доп. Москва: Дело, 2005. 448 с.
2. Верещинська М., Мудра О. Стратегічний менеджмент як ефективний інструмент управління підприємством. АЛЬЯНС НАУК: УЧЕНЫЙ – УЧЕНОМУ: материалы IV Международной научно-практической интернет-конференции (20 марта 2009 г.) URL: http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek1_vereshinska.php.
3. День інновацій у медіа. Маркетинг в Україні. 2015. № 2. С. 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mvu_2015_2_3.
4. Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие. Москва: Аспект-Пресс, 2003. 335 с. URL: <http://ecsosman.hse.ru/data/2010/09/07/1214989720/media1.pdf>.
5. Швецова-Водка Г. Загальна теорія документа і книги: навч. посіб. Київ: Знання, 2014. 405 с. (Вища освіта XXI століття).

ВИКОРИСТАННЯ ДИСКРИМІНАНТНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЦГЗК»)

USE OF DISCRIMINATION ANALYSIS FOR EVALUATION OF THE COMPANY'S BANKRUPTCY LIABILITY (EXAMPLE OF PJSC "CGOK")

Юнацький М.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та кредиту,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського (м. Кривий Ріг)

У статті розглянуто основні економетричні моделі оцінювання ймовірності банкрутства базового підприємства гірничо-металургійного комплексу, серед яких слід назвати двухфакторну модель Альтмана, модифіковану п'ятифакторну модель Альтмана, модель Таффлера-Тішоу, модель Фулмера, модель Спрінгейта, чотирьохфакторну модель ІГЕА, модель Бівера, модель Зайцевої. Зроблено відповідні узагальнення та висновки.

Ключові слова: банкрутство, дискримінантний аналіз, ліквідність, рентабельність, збитковість діяльності підприємства.

В статье рассмотрены основные эконометрические модели оценивания вероятности банкротства базового предприятия горно-металлургического комплекса, среди которых следует назвать двухфакторную модель Альтмана, модифицированную пятифакторную модель Альтмана, модель Таффлера-Тисеу, модель Фулмера, модель Спрингейта, четырехфакторную модель ИГЭА, модель Бивера, модель Зайцевой. Сделаны соответствующие обобщения и выводы.

Ключевые слова: банкротство, дискриминантный анализ, ликвидность, рентабельность, убыточность деятельности предприятия.

In the article the main econometric models for estimating the probability of bankruptcy of the basic enterprise of the mining and metallurgical complex are among them: the two-factor model of Altman, the modified five-factor model of Altman, the model of Taffler-Tisheou, the Fulmer model, the Springeyet model, the four factor model of the IEEA, the Beaver model, the model of Zaitseva. Appropriate generalizations and conclusions are made.

Key words: bankruptcy, discriminatory analysis, liquidity, profitability, loss-making activity of the enterprise.

Постановка проблеми. Неплатоспроможність та банкрутство підприємств в Україні є поширеним явищем сьогодення. Світова економічна криза, нестабільність економічного та політичного середовища в країні, недосконалість правового та податкового законодавства призвели до збільшення кількості неплатоспроможних підприємств, які прямують до банкрутства, що призводить здебільшого до ліквідації таких підприємств. Тому аналіз ймовірності банкрутства та підтримки платоспроможності підприємства є досить актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, пов'язаних з банкрутством підприємства, ґрунтовано досліджували як зарубіжні науковці, такі як Е. Альтман, Р. Лис, А. Таффлер, Г. Спрінгейт, А.Г. Грязнова, Г.П. Іванова, М.А. Федотова, О.П. Зайцева,

Р.С. Сайфулін, Г.Г. Кадиков, так і вітчизняні науковці, такі як І.О. Бланк, О.Я. Базилінська, М.К. Колісник, О.В. Подольська, О.О. Терещенко, А.М. Штангрет. Дослідженням проблем банкрутства також займаються М.І. Войнаренко, О.В. Гук, А.В. Матвійчук, І.В. Троць, О.О. Шапурова та багато інших вчених. Однак досить фрагментарне висвітлення питань, присвячених саме проблемам банкрутства, а також важливість економічної сутності банкрутства підприємства для сталих ринкових відносин підтверджують значущість цієї тематики та вимагають продовження дослідження.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість праць з цієї тематики, залишається багато питань оцінювання та прогнозування ймовірності банкрутства підприємств, а також системи

раннього попередження банкрутства, які потребують уваги та подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є апробація методичних підходів до визначення ймовірності банкрутства підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Банкрутство – це визначена господарським судом неплатоспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури. Передумови банкрутства слід розглядати як цілісну взаємодію факторів. Аналіз зарубіжних практиків свідчить про те, що в країнах з розвинутою ринковою економікою, як правило, 1/3 банкрутів викликана зовнішніми факторами, а 2/3 – внутрішніми. У вітчизняних умовах вплив зовнішніх факторів на виявлення стану банкрутства підприємств, на думку експертів, становить приблизно 50% [1, с. 212].

Нормативно-методичною базою оцінювання неплатоспроможності в Україні є Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» від 19 січня 2006 р. № 14 у редакції Наказу Міністерства економіки України від 26 жовтня 2010 р. № 1361 [2].

У світовій практиці одним з найважливіших інструментів системи раннього запобігання та прогнозування банкрутства підприємств є дискримінантний аналіз, зміст якого полягає в тому, що за допомогою математично-статистичних методів будують функцію та розраховують інтегральний показник, на підставі якого можна з достатньою ймовірністю передбачити банкрутство суб'єкта господарювання. Методів діагностики ймовірності банкрутства дуже багато, зокрема моделі Альтмана, коефіцієнт Бівера, дискримінантна модель Ліса, дискримінанта модель Таффлера, показник діагностики платоспроможності Конана і Гольдера, модель Спрінгейта, дискримінанта модель Терещенка, модель Сайфуліна, Кадикова, Зайцевої.

Розрахунок результатів ймовірності банкрутства промислового підприємства здійснено на прикладі публічного акціонерного товариства «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат», що розташований у Кривому Розі на Дніпропетровщині.

Інформаційною базою проведення аналізу слугує бухгалтерська (фінансова) звітність підприємства [3].

Z-модель Альтмана (англ. "Z score model") – математична формула, яка вимірює ступінь ризику банкрутства кожної окремої компанії, розроблена американським економістом Едвардом Альтманом у 1968 р.

Загальний економічний сенс моделі є функцією від деяких показників, що характеризують економічний потенціал підприємства та резуль-

тати його роботи за минулий період. Під час розроблення власної моделі Е. Альтман вивчив фінансовий стан 66 підприємств, половина з яких збанкрутувала, а інша половина продовжувала успішно працювати. Нині в економічній літературі згадується чотири моделі Альтмана, розглянемо формули їх розрахунку [1, с. 202].

Двухфакторна модель Альтмана – це одна з найпростіших та наочних методик прогнозування ймовірності банкрутства, під час використання якої необхідно розрахувати вплив тільки двох показників, таких як коефіцієнт поточної ліквідності та питома вага позикових коштів у пасивах. Формула моделі Альтмана має такий вигляд:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \times \text{Ктл} + 0,579 \times (\text{ЗК} / \text{П}), \quad (1)$$

де, Ктл – коефіцієнт поточної ліквідності;

ЗК – позиковий капітал;

П – пасиви.

За значення $Z > 0$ ситуація в аналізованій компанії є критичною, ймовірність настання банкрутства – високою (табл. 1).

Згідно з розрахунком ми спостерігаємо тенденцію до зменшення ризику банкрутства підприємства. Висновки за цією моделлю можуть бути неінформативними, оскільки у США інший стандарт бухгалтерської звітності (GAAP), тому коефіцієнти виходять різними.

Модель Альтмана для компаній, чиї акції не торгуються на біржовому ринку, була опублікована у 1983 р., модифікований варіант п'ятифакторної моделі має такий вигляд [1, с. 214]:

$$Z = 0,717 \times X_1 + 0,847 \times X_2 + 3,107 \times X_3 + 0,42 \times X_4 + 0,995 \times X_5, \quad (2)$$

де X_4 – балансова вартість власного капіталу/позиковий капітал.

Якщо $Z < 1,23$, підприємство визнається банкрутом, за значення Z у діапазоні від 1,23 до 2,89 ситуація невизначена, значення Z більше 2,9 притаманне стабільним та фінансово стійким компаніям (табл. 2).

Згідно з розрахунком ймовірність банкрутства підприємства за останній аналізований період дорівнює 50%. Тому необхідно провести аналіз іншою моделлю.

Модель Таффлера і Тішоу розкриває свою сутність в такому формулюванні:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \quad (3)$$

де X_1 – відношення операційного прибутку до короткострокових зобов'язань;

X_2 – відношення оборотних активів до суми всіх зобов'язань;

X_3 – відношення короткострокових зобов'язань до суми активів;

X_4 – відношення виручки до суми всіх активів підприємства.

Якщо величина Z більше 0,3, це говорить про те, що у підприємства непогані довгострокові перспективи, але якщо Z менше 0,2, то банкрутство більш ніж можливо [4, с. 12] (табл. 3).

Відзначимо, що в рівнянні Р. Таффлера і Г. Тішоу змінна X_1 відіграє домінуючу роль, а прогностична здатність моделі нижче порівняно із Z-рахунком Альтмана, в результаті чого незначні коливання економічної обстановки та можливі помилки у вихідних даних в розрахунку фінансових коефіцієнтів і всього індексу можуть приводити до помилкових висновків.

Модель Фулмера класифікації банкрутства заснована на базі обробки зібраних даних з 60 підприємств, з яких 30 зазнали краху, а 30 нормально працювали із середнім річним обігом у 455 тисяч доларів USA. Спочатку модель складалась із 40 коефіцієнтів, але нині використовуються тільки 9 з них. Ця модель дає змогу зро-

бити прогноз на рік з точністю до 98%, а також на два роки з точністю до 81% [5, с. 100] (табл. 4, 5).

Модель Фулмера задіює безліч факторів, враховує розмір підприємства, дає змогу визначити з великою надійністю фірми-банкрути та працюючі фірми.

Визначити ймовірність банкрутства за моделлю Фулмера можна за допомогою такої формули:

$$H = 5,528 * X_1 + 0,212 * X_2 + 0,073 * X_3 + 1,270 * X_4 - 0,120 * X_5 + 2,335 * X_6 + 0,575 * X_7 + 1,083 * X_8 + 0,894 * X_9 - 6,075. \quad (4)$$

Модель Фулмера використовується комерційними підприємствами для обчислення

Таблиця 1

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за двухфакторною моделлю Альтмана

Показник	Умовне позначення	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Коефіцієнт поточної ліквідності	Ктл	7,96	7,84	1,20
Позиковий капітал	ЗК	1 029 994	1 161 000	6 652 386
Пасиви	П	6 573 340	7 426 384	12 610 746
Z-score		-892,3%	-880,1%	-164,7%
Ймовірність банкрутства підприємства:				
якщо $Z = 0$, то приблизно дорівнює 50%				
якщо $Z < 0$, то менше 50%, а також зменшується разом зі зменшенням Z				
якщо $Z > 0$, то більше 50%, а також збільшується разом зі збільшенням Z				
Часто вступає в протиріччя 5-факторному методу				
Ймовірність банкрутства підприємства		менше 50%	менше 50%	менше 50%

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Таблиця 2

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за п'ятифакторною моделлю Альтмана

Показник	Умовне позначення	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Балансова вартість власного капіталу		5 543 346	6 265 384	5 958 360
	X_4	5,38	5,40	0,90
Z-score		4,06	4,05	1,82
Ймовірність банкрутства підприємства:				
якщо $Z < 1,23$, підприємство визнається банкрутом				
якщо Z від 1,23 до 2,89, ситуація невизначена				
якщо Z більше 2,9, ситуація на підприємстві стабільна				
Ймовірність банкрутства підприємства		мало-ймовірна	мало-ймовірна	дорівнює 50%

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Таблиця 3

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за моделлю Таффлера-Тішоу

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Відношення прибутку до сплати податку до суми поточних зобов'язань	-0,86	-0,62	0,37
Відношення суми поточних активів до загальної суми зобов'язань	4,53	4,83	1,06
Відношення суми поточних зобов'язань до загальної суми активів	0,09	0,10	0,47
Відношення виручки до загальної суми активів	0,95	0,88	0,56
Z-score	0,30	0,46	0,51
Ймовірність банкрутства підприємства:			
якщо $Z > 0,3$, ймовірність банкрутства підприємства низька			
якщо $Z < 0,2$, банкрутство більш ніж ймовірне			
Ймовірність банкрутства підприємства	низька	низька	низька

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Таблиця 4

Вихідні дані щодо розрахунку ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за моделлю Фулмера

Показник	Рік, передуючий 2014 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Середня сума активів	7 822 804	7 198 072	6 999 862	10 018 565
Середня сума нерозподіленого прибутку минулих років	3 406 621	4 053 915	5 083 084	4 145 117
Виручка		6 272 221	6 531 705	7 102 181
Прибуток до оподаткування		641 991	854 166	2 706 727
Балансова вартість власного капіталу		5 543 346	6 265 384	5 958 360
Чистий прибуток (збиток)		770 846	687 976	2 218 225
Середня величина довгострокових зобов'язань	593 418	501 572	409 724	583 401
Середня величина короткострокових зобов'язань	520 818	570 544	685 774	3 323 293
Сума матеріальних активів	5 890 619	6 405 573	1 870 860	1 650 100
Середня сума матеріальних активів		6 148 096	4 138 217	1 760 480
Оборотний капітал	1 754 100	4 045 225	4 850 658	1 130 981
Середня величина оборотного капіталу		2 899 663	4 447 942	2 990 820
Операційний прибуток (ЕВІТ)		690 504	1 428 245	2 904 071
Проценти до виплати		48 513	574 079	197 344
Розрахунок моделі Фулмера				

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Ймовірності можливого банкрутства, аудиторськими компаніями для складання звітів про фінансовий стан підприємства-замовника, потенційними контрагентами та акціонерами компанії для оцінювання перспективної платоспроможності та розроблення стратегічних рішень в майбутньому.

Аналіз моделі показує, що основна частина факторів, які застосовуються в рівняннях критеріїв, тісно взаємопов'язана, а більша частина компонентів пов'язана з інвестиціями. Останній фактор є важливим, тому що визначає нижню межу швидкості приросту інвестицій.

Складові моделі в зворотній пропорційності залежать від вартості сумарних активів. Коефіцієнти загальної заборгованості та балансової вартості зобов'язань також пов'язані з інвестиціями, тому що їх значна частка здійснюється за рахунок позик.

Модель Спрінгейта розкриває свою сутність в такому формулюванні [4, с. 60]:

$$Z = 1,03X_1 + 3,07X_2 + 0,66X_3 + 0,4X_4, \quad (5)$$

де X_1 – відношення оборотних активів до суми всіх активів підприємства;

Таблиця 5

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за моделлю Фулмера

Показник	Рік, передуючий 2014 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Відношення нерозподіленого прибутку минулих років до загальної суми активів	X1	0,56	0,73	0,41
Відношення виручки до суми активів	X2	0,87	0,93	0,71
Відношення прибутку до сплати податків до балансової вартості власного капіталу	X3	0,12	0,14	0,45
Відношення грошового потоку до загальної суми зобов'язань	X4	0,72	0,63	0,57
Відношення довгострокових зобов'язань до загальної суми активів	X5	0,07	0,06	0,06
Відношення короткострокових зобов'язань до загальної суми активів	X6	0,08	0,10	0,33
Десятичний логарифм від суми матеріальних активів	X7	6,79	6,62	6,25
Відношення оборотного капіталу до загальної суми зобов'язань	X8	3,77	4,43	0,29
Десятичний логарифм від відношення операційного прибутку до виплачених відсотків	X9	1,15	0,40	1,17
H-score		7,34	8,12	2,83
Ймовірність банкрутства підприємства: якщо $H < 0$, настання неплатоспроможності неминуче				
Ймовірність втрати платоспроможності		низька	низька	низька

Таблиця 6

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за моделлю Спрінгейта

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вихідні дані			
Активи	6 573 340	7 426 384	12 610 746
Оборотний капітал	4 045 225	4 850 658	1 130 981
Операційний прибуток (ЕВІТ)	690 504	1 428 245	2 904 071
Виручка	6 272 221	6 531 705	7 102 181
Короткострокові зобов'язання	620 269	751 278	5 895 307
Прогнозна модель платоспроможності Спрінгейта			
X1	0,62	0,65	0,09
X2	0,11	0,19	0,23
X3	1,11	1,90	0,49
X4	0,95	0,88	0,56
Z-score	2,07	2,87	1,35
Ймовірність банкрутства підприємства: якщо $Z < 0,862$, компанія є потенціальним банкрутом			
Ймовірність банкрутства підприємства	низька	Низька	низька

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

X2 – рентабельність сукупних активів;

X3 – відношення прибутку (без оплати податків) до короткострокових зобов'язань;

X4 – оборотність активів.

Якщо Z менше 0,862, то підприємство можна вважати потенційним банкрутом. Точність прогнозування для цієї моделі становить 92% (табл. 6).

Однією з небагатьох моделей, покликаних оцінити ймовірність настання банкрутства, є R-модель, розроблена в Іркутській державній економічній академії [4, с. 60]. Ця модель, згідно із задумом авторів, повинна була забезпечити

більш високу точність прогнозу банкрутства підприємства, оскільки за визначенням (модель все ж таки російська) позбавлена недоліків, властивих іноземним розробкам (табл. 7). Формула розрахунку моделі ІГЕА має такий вигляд:

$$R = 8,38 X1 + X2 + 0,054 X3 + 0,63 X4, \quad (6)$$

де X1 – чистий оборотний (працює) капітал/активи;

X2 – чистий прибуток/власний капітал;

X3 – чистий дохід/валюта балансу;

X4 – чистий прибуток/сумарні витрати.

За результатами практичного його застосування з'явилась інформація про те, що значення R здебільшого не корелює з результатами, отриманими за допомогою інших методів та моделей. Наприклад, під час розрахунку за моделлю R, виходять значення, що говорять про найкращий стан аналізованого підприємства, а всі інші методики дають далеко не настільки втішний результат. Виникає відчуття, що ця методика годиться для прогнозування кризової ситуації, коли вже помітні очевидні її ознаки, а не заздалегідь, тобто ще до появи таких.

Модель Бівера дає змогу оцінити фінансовий стан компанії з точки зору її можливого майбутнього банкрутства [1, с. 215].

Розрахунок показників, які увійшли в модель, представлений в табл. 8.

Основною відмінністю системи Бівера від інших систем діагностики банкрутства підприємства є те, що в цій системі основним є не інтегральний показник (якщо порівнювати з моделями Альтмана), а також не враховується вага кожного окремого коефіцієнта. Значення декількох коефіцієнтів порівнюються з нормативними величинами, відповідно до них підприємству присвоюється один з трьох станів.

Модель Зайцевої для оцінювання ризику банкрутства підприємства має такий вигляд [5, с. 102] (табл. 9):

$$K = 0,25X_1 + 0,1X_2 + 0,2X_3 + 0,25X_4 + 0,1X_5 + 0,1X_6, \quad (7)$$

де $X_1 = K_{уп}$ – коефіцієнт збитковості підприємства, що характеризується відношенням чистого збитку до власного капіталу;

$X_2 = K_з$ – коефіцієнт співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості;

$X_3 = K_с$ – показник співвідношення короткострокових зобов'язань і найбільш ліквідних активів, цей коефіцієнт є зворотною величиною показника абсолютної ліквідності;

$X_4 = K_{ур}$ – збитковість реалізації продукції, що характеризується відношенням чистого збитку до обсягу реалізації цієї продукції;

$X_5 = K_{фл}$ – коефіцієнт фінансового левелю (фінансового ризику) – відношення позикового капіталу (довгострокові та короткострокові зобов'язання) до власних джерел фінансування;

$X_6 = K_{заг}$ – коефіцієнт завантаження активів як величина, зворотна коефіцієнту оборотності активів, – відношення загальної величини активів підприємства (валюти балансу) до виручки.

Для визначення ймовірності банкрутства необхідно порівняти фактичне значення ($K_{факт}$) з нормативним значенням (K_n), яке розраховується за такою формулою:

$$K_n = 0,25 * 0 + 0,1 * 1 + 0,2 * 7 + 0,25 * 0 + 0,1 * 0,7 + 0,1 * X_{6поп.р.} \quad (8)$$

Якщо фактичний коефіцієнт більше нормативного ($K_{факт} > K_n$), то вкрай висока ймовірність настання банкрутства підприємства, а якщо менше, то ймовірність банкрутства незначна.

За моделлю Зайцевої ризик банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за підсумками 2016 р. високий.

З метою формування остаточної думки про ймовірність банкрутства ПАТ «ЦГЗК» сформуємо зведену таблицю показників, розрахованих за різними моделями (табл. 10).

Таблиця 7

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за чотирьохфакторною моделлю ІГЕА

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вихідні дані			
Активи	6 573 340	7 426 384	12 610 746
Оборотний капітал	4 045 225	4 850 658	1 130 981
Чистий прибуток (збиток)	770 846	687 976	2 218 225
Балансова вартість власного капіталу	5 543 346	6 265 384	5 958 360
Виручка	6 272 221	6 531 705	7 102 181
Загальні витрати	6 899 493	7 613 952	5 136 177
Модель прогнозування банкрутства підприємства ІГЕА			
X1	0,62	0,65	0,09
X2	0,14	0,11	0,37
X3	0,95	0,88	0,56
X4	0,11	0,09	0,43
R-модель	5,42	5,69	1,43
Ймовірність банкрутства підприємства:			
якщо R менше 0, максимальна ймовірність (90–100%)			
якщо R дорівнює від 0 до 0,18, висока (60–80%)			
якщо R дорівнює від 0,18 до 0,32, середня (35–50%)			
якщо R дорівнює від 0,32 до 0,42, низька (15–20%)			
якщо R більше 0,42, мінімальна (до 10%)			
Ймовірність банкрутства підприємства	до 10%	до 10%	до 10%

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Таблиця 8

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за моделлю Бівера

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вихідні дані			
Амортизація	2 537 015	274 262	369 514
Чистий прибуток (збиток)	770 846	687 976	2 218 225
Загальна сума зобов'язань	1 029 994	1 161 000	6 652 386
Активи	6 573 340	7 426 384	12 610 746
Балансова вартість власного капіталу	5 543 346	6 265 384	5 958 360
Необоротні активи	1 907 846	1 824 448	5 584 458
Прогнозування ймовірності на основі моделі Бівера			
Коефіцієнт Бівера	3,21	0,83	0,39
Рентабельність активів, %	11,7	9,3	17,6
Фінансовий леверидж, %	15,7	15,6	52,8
Коефіцієнт покриття активів власними оборотними засобами	0,55	0,60	0,03
Коефіцієнт поточної ліквідності	7,96	7,84	1,20
	Сприятливо	5 років до банкрутства	1 рік до банкрутства
Коефіцієнт Бівера	0,4–0,45	0,17	-0,15
Рентабельність активів, %	6–8	4	-22
Фінансовий леверидж, %	< 37	< 50	< 80
Коефіцієнт покриття активів власними оборотними засобами	0,4	< 0,3	< 0,06
Коефіцієнт поточної ліквідності	< 3,2	< 2	< 1

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Таблиця 9

Розрахунок ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» за моделлю Зайцевої

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вихідні дані			
Чистий збиток	0	0	0
Виручка від реалізації	6 272 221	6 531 705	7 102 181
Дебіторська заборгованість	4 323 843	5 039 358	6 180 939
Короткострокові фінансові вкладення	0	0	0
Грошові кошти	38 249	344 657	220 191
Оборотні активи	4 665 494	5 601 936	7 026 288
Середня сума капіталу та резервів	2 841 058	5 904 365	6 111 872
Довгострокові зобов'язання	409 725	409 722	757 079
Позикові кошти	10 858	0	0
Кредиторська заборгованість	567 637	678 979	5 833 635
Інші короткострокові зобов'язання	7 696	35 104	15 705
Короткострокові зобов'язання	620 269	751 278	5 895 307
Валюта балансу	6 573 340	7 426 384	12 610 746
Модель Зайцевої для оцінювання ризику банкрутства підприємства			
X1	0,00	0,00	0,00
X2	0,13	0,13	0,94
X3	15,33	2,07	26,56
X4	0,00	0,00	0,00
X5	0,36	0,20	1,09
X6	1,05	1,14	1,78
Кфакт	3,22	0,56	5,69
Кп		1,67	1,68
Ймовірність банкрутства підприємства:			
якщо Кфакт > Кп, висока ймовірність			
якщо Кфакт < Кп, низька ймовірність			
Ймовірність банкрутства підприємства		підприємство стійке	висока

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Зведена оцінка ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК»

Модель	Оцінка ймовірності банкрутства підприємства		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Двухфакторна модель Альтмана	менше 50%	менше 50%	менше 50%
Модифікована п'ятифакторна модель Альтмана	малоймовірна	малоймовірна	дорівнює 50%
Модель Тафлера-Тішоу	низька	низька	низька
Модель Фулмера	низька	низька	низька
Модель Спрінгейта	низька	низька	низька
Чотирьохфакторна модель ІГЕА	до 10%	до 10%	до 10%
Модель Бівера (коефіцієнт Бівера, нормативне значення не менше 0,17)	3,21	0,83	0,39
Модель Зайцевої		підприємство стійке	висока

Джерело: розраховано автором на основі джерела [3]

Звертаючи увагу на аналіз тенденцій та передумов банкрутства підприємств, можна згрупувати передумови втрати неплатоспроможності з урахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів впливу.

Зовнішніми факторами є:

- криза у світовій економіці;
- події на Сході України;
- зміна орієнтації економіки України у зв'язку з Євроінтеграцією.

Внутрішніми факторами є:

- неможливість адекватно реагувати на зміну світових економічних тенденцій;
- прорахунки в тактичному та стратегічному плануванні діяльності підприємства;
- низький техніко-технологічний рівень виробництва;
- підвищення рівня дебіторської заборгованості на фоні зменшення фінансування з боку банківських установ.

Висновки. Таким чином, розрахувавши показники ймовірності банкрутства ПАТ «ЦГЗК» різними економетричними методами, одночасно їх узгодити ми не змогли. Шість моделей дають низький ризик банкрутства підприємства, одна модель дає високий ризик, одна модель дає ризик у 50%.

Для більш точного аналізу та прогнозу треба застосовувати також традиційний підхід до діагностування банкрутства, що полягає у застосуванні стандартних аналітичних прийомів, а саме горизонтального, вертикального, трендового, порівняльного аналізу, аналізу відносних показників. За цього підходу аналіз ймовірності банкрутства ґрунтується на обчисленні кількох груп фінансових показників. Висновки щодо якості фінансового стану роблять на підставі простого зіставлення фактичних показників ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, стабільності тощо з їх нормативними значеннями.

Слід звернути увагу на галузеві особливості гірничо-збагачувального підприємства, основними з яких є наявність значної величини основних засобів в структурі активів, великі обсяги виробництва, попередільна структура виробничого процесу, велика відстань окремих виробничих підрозділів один від одного, велика матеріалоємність та енергоємність виробництва, можливість реалізації на зовнішньому ринку продукції переділів як повноцінного товару.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посібник / за ред. О.Я. Балтійської. Київ: Центр навч. л-ри, 2009. 328 с.
2. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Наказ Міністерства економіки України від 19 січня 2006 р. № 14 (у редакції Наказу Міністерства економіки України від 26 жовтня 2010 р. № 1361). URL: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=161074.
3. Річна інформація емітента ПАТ «ЦГЗК». URL: <https://cgok.metinvestholding.com/upload/cgok/shareholders/00190977-2014.pdf>.
4. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2000. 412 с.
5. Островська Г.В. Аналіз практики використання зарубіжних методик (моделей) прогнозування ймовірності банкрутства підприємств. Галицький економічний вісник. 2011. № 2 (31). С. 99–111.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 502.17:159.923.35(477):316.64:338.23:336.74

МЕНТАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА НАПРЯМИ ЙОГО МОНЕТИЗАЦІЇ

MENTAL MECHANISM FOR THE RATIONAL NATURAL RESOURCE MANAGEMENT AND THE WAYS OF ITS MONETIZATION

Мареха І.С.

старший викладач кафедри економічної теорії,
Сумський державний університет

У статті розкрито економічну сутність екологічних цінностей. Виявлено підстави для монетарної оцінки екологічних цінностей та пошуку їх економічних еквівалентів. Проаналізовано ринково-економічні форми конвертації екологічних цінностей. Розкрито національні риси екологічного менталітету українців крізь призму цінностей раціонального природогосподарювання. Акцентовано увагу на необхідності вдосконалення економічного механізму раціонального природокористування шляхом урахування ментального чинника.

Ключові слова: ментальна економіка, екологічні цінності, екоатрибутивний світогляд, раціональне природокористування.

В статье раскрыта экономическая сущность экологических ценностей. Выявлены основания для монетарной оценки экологических ценностей и поиска их экономических эквивалентов. Проанализированы рыночно-экономические формы конвертации экологических ценностей. Раскрыты национальные черты экологического менталитета украинцев сквозь призму ценностей рационального природопользования. Акцентировано внимание на необходимости совершенствования экономического механизма рационального природопользования путем включения ментального фактора.

Ключевые слова: ментальная экономика, экологические ценности, экоатрибутивное мировоззрение, рациональное природопользование.

The economic scope of environmental values is defined. The reasons for monetary estimation of environmental values and searching their economic equivalents are revealed. The market-based economic forms of environmental values conversion are analyzed. The national features of the Ukrainian environmental mentality are described based on the values of rational natural resource management. The necessity of natural resource management economic mechanism improvement via inclusion of mental factor is underlined.

Key words: mental economy, environmental values, environmental outlook, rational natural resource management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Природокористування є специфічною сферою господарської діяльності, що передбачає трансформацію елементів природи для задоволення суспільних потреб у продуктах та послугах. Його специфічність полягає передусім у тому, що, по суті, воно є відображенням результатів взаємодії суспільства і природи, які можуть набувати конструктивних або деструктивних форм. У цілому подібні відношення є похідними від екологічного менталітету

суспільства, який визначає спосіб ведення природо-перетворювальної діяльності. Екоатрибутивний світогляд формує ментальне поле раціонального природокористування та ґрунтується на екологічних цінностях, що генеруються у лоні екологічної культури суспільства. У сучасних реаліях конкурентоорієнтованого розвитку, основними вимогами якого до національних економік є висока енергоефективність та ресурсна ощадливість, закономірно порушується питання про монетизацію екологічних цінностей суспільства в напрямі їх ринково-економічної конверта-

ції та пошуку економічних еквівалентів. Подібна конвертація здійснюється передусім у відповідь на глобалізацію екологічної свідомості світових гравців і має економічне обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Складність оцінки екологічного менталітету полягає у тому, що його дослідження знаходяться на перетині різних наук: етнографії [1], культурології [2], соціології [3], екології [4], філософії [5], психології [6], педагогіки [7] тощо. Враховуючи, що світовий економічний успіх держави тісно корелює з екологічною ситуацією у країні, головна увага повинна приділятися дослідженню екологічних цінностей суспільства та пошуку їх економічних еквівалентів.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз ментального механізму раціонального природокористування та обґрунтування напрямів його монетизації. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань:

1. Визначення економічної сутності екологічних цінностей, розмежування понять «екологічні блага», «екологічні товари» та «екологічні цінності» і виявлення точок їх взаємного переходу.

2. Виявлення підстав для монетарної оцінки екологічних цінностей та пошуку його адекватних економічних еквівалентів.

3. Аналіз ринково-економічних форм конвертації екологічних цінностей.

4. Проектування ментального механізму у площину раціонального землекористування.

5. Вдосконалення економічного механізму раціонального природокористування на основі врахування ментального чинника.

Вирішення подібних завдань сприятиме формуванню адекватних і системних економічних інструментів цілеспрямованого впливу на екологічну ментальність суспільства та перетворенню екологічних цінностей на вагомий критерій диференціації держави на світовій арені, де цінуються ініціативи раціонального використання природних ресурсів, а екологічний фактор розглядається як чинник міжнародної конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Виходячи зі специфіки процесів ціннісно-орієнтованого зростання, виникає потреба у його цілеспрямованому економічному управлінні.

Сутнісно-змістову основу екологічних цінностей репрезентує моральний імператив: любов до природи, шанобливе ставлення до довкілля, дбайливий догляд за землею тощо. Матеріально-речового змісту екологічні цінності набувають через екологічні блага, що включають природні ресурси та екосистемні послуги, а також екологічні товари, які в умовах ринкової економіки є похідними від екологічних благ та виступають їх монетизованою формою. Сутність екологічних товарів нами розуміється дуже широко. Вони являють собою не лише товари промислового та побутового призначення, як-то енергозберігаюче обладнання, очисні споруди, ресурсозберігаючі побутові прилади тощо. Під екологічним товаром нами розуміється якість навколишнього природного середовища у цілому, яка, виступаючи споживчим благом в умовах ринкової економіки, набуває ознак товару. Саме через здатність екологічних цінностей до монетизації і розкривається їх економічна визначеність (рис. 1).

Отже, екологічні цінності – це монетизовані екологічні блага, наділені суспільною корисністю, яка фіксується у суспільній свідомості у формі природосприйняття (наприклад, любов та шанобливе ставлення до землі), природопізнання (наприклад, екологічна справедливість та відповідальність, екологічна освіта) та природоосвоєння (раціональне природокористування). Найвищим проявом «моральності» у природокористуванні є раціональне використання природних ресурсів.

Адекватним умовам ринку економічним еквівалентом екологічних цінностей виступають екологічні товари та послуги. Екологічні цінності мають такі ознаки товару:

1. Суспільна корисність – це здатність екологічних цінностей задовольняти потреби суспільства в природних ресурсах та екосистемних послугах, які мають альтернативне використання.

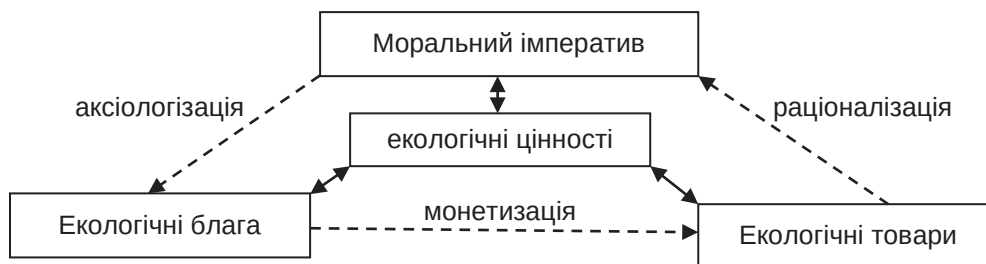


Рис. 1. Економічна визначеність екологічних цінностей

Джерело: (розроблено автором)

2. Здатність обмінюватися на інші блага, яка полягає у спроможності екологічних цінностей обмінюватися на якість довкілля шляхом застосування ринково-економічних інструментів та приносити економічний ефект.

Екоатрибутивний світогляд у цілому та екологічні цінності зокрема можуть вільно конвертуватися у ринково-економічні форми та монетизуватися. Основними формами конвертації екоатрибутивного світогляду виступають його еколого-економічні еквіваленти [8]:

1. Екологічні цінності як товар.
2. Екологічні цінності як активи.
3. Екологічні цінності як економічний ресурс

і фактор виробництва.

Екологічні цінності як товар. Товаром є будь-яке благо, що виступає на ринку об'єктом купівлі-продажу. Конкретизуючи поняття товару по відношенню до екологічних цінностей, варто відзначити, що останні набувають товарних властивостей, коли економічні агенти готові платити за споживання товарів, дружніх до довкілля. У такому разі на національному рівні постає питання про існування екологічної валюти, деномінованої у грошовій формі, як загального еквіваленту та міри вартості екологічних цінностей. Економічний зміст екологічної валюти зводиться передусім до встановлення ціни якості навколишнього природного середовища. Таким чином, якість довкілля виступає на ринку екологічних цінностей споживчим благом, яке може бути придбане економічними агентами за екологічну валюту. Такий економічний підхід до управління екологічними цінностями поширений у європейських країнах, які випускають власну екологічну валюту [9].

Екологічні цінності як активи. Активами є ресурси, що приносять їх власнику постійний дохід та мають високий ступінь ліквідності. Подібний підхід можна трансформувати і по відношенню до міжнародного ринку торгівлі вуглецевими квотами. Будь-яка країна, впроваджуючи заходи зі зменшення викидів парникових газів у рамках глобальної екологічної ініціативи, має право на продаж емісійних сертифікатів тій державі, яка з технологічних причин не може зменшити емісію шкідливих речовин, не завдавши збитку власній економіці. У цьому контексті екологічні цінності, якість атмосферного повітря зокрема, являють собою ліквідний актив, що приносить стабільний прибуток ресурсоефективним країнами та сприяє досягненню екологічного балансу у світовій економіці.

Екологічні цінності як економічний ресурс і фактор виробництва. Навколишнє природне середовище виконує чотири важливі суспільно-економічні функції: є суспільним споживчим благом; слугує джерелом виробничих ресурсів; використовується для розміщення і поглинання відходів; є місцем для розташування економічних об'єктів. Перелік економічних ресурсів і факторів виробництва динамічно поновлюється. У зв'язку

із цим вважаємо за необхідне доповнити традиційну класифікацію факторів виробництва чинником екологічної культури. У руслі тенденцій сталого розвитку повинно йтися про екологічну аккультуризацію економічного зростання, під якою ми розуміємо тривалий тренд зростання попиту суспільства на якість довкілля з виключенням можливості зниження потенціалу економічного зростання у довгостроковій перспективі. Якщо тенденція екологічного вдосконалення виробництва відсутня, то у суспільстві виробляються культуроруйнівні товари та послуги, а економічне зростання можна охарактеризувати як протикультурне. У разі нестійкого тренду суспільство продукує культуронейтральні товари та послуги, зумовлюючи псевдокультурний тип економічного зростання. У разі усталеного зростаючого попиту на якість довкілля може йтися про виробництво культуронасичених товарів та послуг в умовах висококультурного економічного розвитку. Найбільш повно екологічні цінності суспільства проявляються через еколого-економічну визначеність ресурсозбереження.

Отже, екологічні цінності інкорпорується у високу якість довкілля. До основних інструментів монетизації екологічних цінностей можна віднести такі:

- екологічні податки та природоресурсні платежі;
- екологічні субсидії та преференції;
- екологічні інвестиції;
- екологічне ціноутворення;
- екологічні кредити;
- емісійні сертифікати;
- природоохоронні витрати;
- екологоорієнтовані гранти тощо.

Конкретизуємо наше дослідження по відношенню до ментального механізму раціонального землекористування. Як відомо, українці є землеробською нацією, які з давніх-давен обробляли земельні ресурси та передавали агрономічні знання від покоління до покоління. Екологічна ментальність українського народу має певні національні особливості. На підставі аналізу етнокультурних витоків раціонального природокористування [10] вважаємо за доцільне надати коротку характеристику української екологічної ментальності:

1. Українцям історично властива господарська дбайливість по відношенню до природних ресурсів: «Хто про землю дбає, вона тому повертає»; «Зрубав дерево – посади два»; «Не брудни криниці, бо схочеш водиці».

2. У системі національного природогосподарювання культура землекористування (агрокультура) є домінуючою: «Держись землі, то не впадеш». Таким чином, екологічний менталітет українського етносу є хліборобським з яскраво вираженими антропоморфічними рисами: «Хліб усьому голова».

3. Споконвіку українці були прибічниками органічного землеробства: «Не земля родить,

а *гній та руки*», тому можна стверджувати, що їхні сучасні нащадки мають неабиякий історичний досвід ресурсозбереження, зокрема в частині застосування органічних добрив.

4. Особливо цінними з погляду раціонального землекористування були агрономічні знання: «*Агромінімум вивчай – гарний матимеш врожай*».

5. У цілому українцями накопичений багатий емоційний та практичний досвід раціонального землекористування.

Спираючись на результати нашого дослідження, вважаємо, що наявний економічний механізм раціонального природокористування потребує вдосконалення у напрямі врахування ментального чинника. Екологічний менталітет відображає процес трансформації елементів природи та їх перетворення на економічний результат. Ментальний чинник пояснює крос-культурні відмінності у здійсненні природоохоронної діяльності та отриманні економічного ефекту. З урахуванням ментальних особливостей ресурсозбереження стає не просто методом раціонального природокористування, а перетворюється на особливий тип мислення підприємця, який, дбаючи про довкілля, користується економічними перевагами ресурсоефективної діяльності. Ментальний компонент раціонального природокористування необхідно враховувати на етапі мотивації підприємців до здійснення природоохоронної діяльності, а його крос-культурні особливості – на етапі вибору ринково-економічних інструментів управління монетизованими екологічними цінностями. Так, у країнах із високими показниками забруднення довкілля доцільно застосовувати податкові механізми раціонального природокористування, а в країнах із низькими показниками – префе-

ренційні інструменти стимулювання природоохоронної діяльності.

Можливості забезпечення гідного майбутнього наступних поколінь криються в екоатрибутивному світогляді поколінь сучасних. У системі раціонального природокористування екологічні цінності є змістом економічних відносин. Саме на них можна будувати національну модель раціонального природокористування. В українській світоглядній системі домінує архетип природи, що генерує стереотип раціонального землекористування. Досвід раціонального землекористування праукраїнців є культурною спадщиною для прийдешніх поколінь.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Завдання забезпечення раціонального природокористування та зниження екодеструктивного впливу економічної діяльності на навколишнє природне середовище не може вирішуватися винятково за рахунок обмеження економічного зростання. У такому разі необхідно залучати альтернативні чинники, з-поміж яких на особливу вагу заслуговує екоатрибутивний світогляд та притаманні йому екологічні цінності. Економічна визначеність екологічних цінностей полягає у їх здатності монетизуватися та набувати ринково-економічних форм. Про екологічний менталітет суспільства можна судити на підставі аналізу його етнокультурних джерел. Так, подібний аналіз, проведений по відношенню до українського народу, свідчить про наявність яскраво вираженого архетипу природи у структурі його екологічного менталітету. Врахування ментального чинника в економічному механізмі раціонального природокористування визначає напрями подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апанович О. За плугом Господь іде (Агрокультура українського селянства й козацтва в контексті ідей С. Подолинського та В. Вернадського). URL: <http://ukrlife.org/main/apan/right.htm>.
2. Крисаченко В.С. Екологічна культура: теорія і практика: навч. посіб. К.: Заповіт, 1996. 352 с.
3. Бойко З.В. Особливості менталітету українського народу та менталітетів інших народів. Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. 2015. Вип. II(5). С. 72–76.
4. Проблемы этики в обеспечении устойчивого развития / Ю.Н. Петрушенко, И.М. Бурлакова, В.Л. Мельник. Социально-экономический потенциал устойчивого развития: учебник; под ред. Л. Г. Мельника, Л. Хенса. Сумы: Университетская книга, 2007. С. 990–1002.
5. Чижевський Д. Нариси по історії філософії на Україні. К.: Орій, 1992. 230 с.
6. Декрет М. Феномен української ментальності: світоглядні універсалиї української нації. URL: <http://ukrconf.fl.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/12/3.-Dekret-Margaryta.pdf>.
7. Мухамедшина Л.М. О сущности и содержании понятия «экологическая культура». Педагогическая наука и практика. 2012. № 1. С. 1–5.
8. Мареха І.С., Клісінські Я.С. Екоатрибутивний світогляд та ринково-економічні форми його конвертації. Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 13. С. 250–255.
9. Мардина К. Иностранный опыт: шесть городов со своей валютой. URL: <http://www.the-village.ru/village/city/abroad/125161-inostrannyy-opyt-lokalnaya-valyuta>.
10. Мареха І.С. Аксиологічний аналіз етнокультурних витоків раціонального природокористування. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2015. Вип. 10. С. 200–203.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.5

ОСОБЛИВОСТІ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ У РОЗРІЗІ ПРОФЕСІЙ ТА ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ

FEATURES OF REQUEST AND OFFER ON LABOR MARKET IN CUTTING OF PROFESSIONS AND ACTIVITIES

Мантур-Чубата О.С.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
управління персоналом та економіки праці,
Хмельницький національний університет

Бець Ю.О.

студентка,
Хмельницький національний університет

Кравчук М.Л.

студент,
Хмельницький національний університет

У статті висвітлено особливості функціонування та розвитку вітчизняного ринку праці України. Проаналізовано відповідність попиту пропозиції на ринку праці в професійно-кваліфікаційному та регіональному розрізах.

Ключові слова: ринок праці, робоча сила, попит, пропозиція, безробіття, зайнятість.

В статье освещены особенности функционирования и развития отечественного рынка труда Украины. Проанализировано соответствие спроса предложению на рынке труда в профессионально-квалификационном и региональном разрезах.

Ключевые слова: рынок труда, рабочая сила, спрос, предложение, безработица, занятость.

The article describes the peculiarities of the functioning and development of the Ukrainian labor market in Ukraine. The analysis of the correspondence of supply and demand on the labor market in the professional qualification and regional section.

Key words: labor market, labor force, demand, supply, unemployment, employment.

Постановка проблеми. Ринок праці є однією з основних складових ринкової економіки, де відбуваються процеси формування попиту та пропозиції на особливий товар, а саме робочу силу. Соціально-економічні відносини, які з'являються в процесі формування ринку праці, є фундаментальними, тому саме їм держава має приділяти особливу увагу. Ринок праці України нині має специфічні особливості, які потребують аналізу для надання рекомендацій щодо його подальшого розвитку. Тому вирішено розглянути тенденції, що склались на ринку праці України, за показни-

ками зайнятості населення, рівня безробіття та оплати праці.

Ринок праці є найскладнішим та найбільш динамічним складовим елементом ринкової економічної системи. Його стан безпосередньо залежить від загальної економічної ситуації, розвитку підприємництва, а також від традицій участі населення в економічній діяльності, можливостей вибору її видів та системи цінностей, які превалюють у суспільстві, оскільки тут не лише переплітаються інтереси працівників та роботодавців, але й віддзеркалюються всі соціально-економічні, політичні, демографічні та

інші процеси у суспільстві. Саме тому вивчення ринку праці, його структури, відстеження основних його тенденцій завжди залишатимуться актуальними та постійно потребуватимуть аналізу й моніторингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз ринку праці, виявлення основних його тенденцій та проблем здійснювали у своїх працях багато науковців, зокрема О. Грішнова, С. Бандур, С. Кожем'якіна, Е. Лібанова, Л. Лісогор, Ю. Маршавін, С. Мочерний, О. Чернявська, Г. Завіновська, В. Васильченко, П. Буряк, Б. Карпінський, М. Григор'єва.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення основних проблем, що сьогодні існують на ринку праці України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок праці – це передусім система суспільних відносин, пов'язаних з купівлею та продажем товару «робоча сила». Крім того, ринок праці є сферою працевлаштування, формування попиту й пропозиції на робочу силу [1].

У сучасних умовах поняття «ринок праці» вітчизняні дослідники трактують по-різному. У вузькому розумінні поняття «ринок праці» означає місце, де відбуваються угоди між тим, хто наймає, та продавцем робочої сили.

Насправді наймання робочої сили – це складніший процес. Акт найму робочої сили – лише завершальний етап у довготривалому процесі кількісного та якісного визначення потреби підприємця в робочій силі. Рішенню працівників про продаж робочої сили також передують довготривалі процеси прийняття рішень та виконання певних дій. З огляду на це «ринок праці» в деяких джерелах пропонують замінити адекватними термінами, що більше відповідають його сутності [2, с. 395].

Ринок праці – це специфічний вид товарного ринку, змістом якого є реалізація (купівля-продаж) товару особливого роду робочої сили або здатності людини до праці. Поняття «ринок праці» виражає відносини між власником певного товару (власником робочої сили, її продавцем), з одного боку, та власником засобів виробництва (покупцем робочої сили, або роботодавцем), з іншого боку. Зазначені економічні відносини втілюються в юридичній формі (контракт, договір, угода) та фіксуються в трудовому законодавстві [3].

Досліджуючи проблеми ринку праці, О. Грішнова зазначає, що ринок праці – це система суспільних відносин, пов'язаних з попитом та пропозицією праці, тобто з її купівлею та продажем; це також економічний простір, тобто сфера працевлаштування, в якій взаємодіють покупці та продавці праці; це механізм, що забезпечує узгодження ціни й умов праці між роботодавцями та найманими працівниками, а також регулює її попит та пропозицію [4, с. 11–13].

В. Петюх пише, що ринок праці – це, по-перше, категорія, яка характеризує систему соціально-економічних відносин, що мають товарний характер, пронизують фази відтворення індивідуальної робочої сили (виробництво, розподіл, обмін і використання), всі ланки та ступені суспільного виробництва, а також регулюються ринковою кон'юнктурою, системою соціального партнерства, юридичними, правовими, морально-етичними нормами та національними традиціями, а по-друге – система механізмів [5]:

– купівлі-продажу робочої сили (визначення вартості та ціни робочої сили; організації оплати праці та соціального страхування; забезпечення умов праці та техніки безпеки);

– забезпечення зайнятості на індивідуальному рівні найманню працюю як частини механізму забезпечення зайнятості всього населення;

– соціального захисту найманих працівників як частини механізму соціального захисту всього населення;

Узагальнюючи підходи до визначення ринку праці, зауважимо, що вони, доповнюючи один одного, зробили важливий науковий внесок у розвиток уявлень про природу ринку праці.

Ринок праці відіграє важливу роль у відтворенні робочої сили, яка відповідає вимогам сучасного високотехнологічного виробництва, забезпечує розподіл та перерозподіл трудових ресурсів, створює спонукальні стимули для їх ефективного використання, замінює неефективну структуру зайнятості на більш динамічну, раціональну [6, с. 125].

Ринок праці – система відносин, які склались у суспільстві щодо купівлі-продажу специфічного товару, а саме робочої сили. Учасниками цих процесів виступають держава, підприємці та працівники. Основний товар на ринку праці (робоча сила) володіє фізичними та моральними якостями, які використовуються в ході виробничого процесу [7].

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку ринок праці України та окремих її регіонів характеризується значним перевищенням пропозиції робочої сили над попитом, існуванням прихованого безробіття та нелегальної зайнятості. Негативні процеси у сфері зайнятості відбуваються на соціально-економічному стані держави та рівні життя населення. Розв'язання зазначених проблем, що існують на вітчизняному ринку праці, сприятиме ефективному використанню трудового потенціалу суспільства, як наслідок, економічному зростанню країни загалом та окремих її регіонів [8, с. 395].

Протягом січня-лютого 2018 року роботодавці проінформували центри зайнятості України про наявність 216,2 тис. вакансій, що на 9% більше, ніж у січні-лютому 2017 року.

За видами економічної діяльності кожна п'ята вакансія пропонується на підприємствах

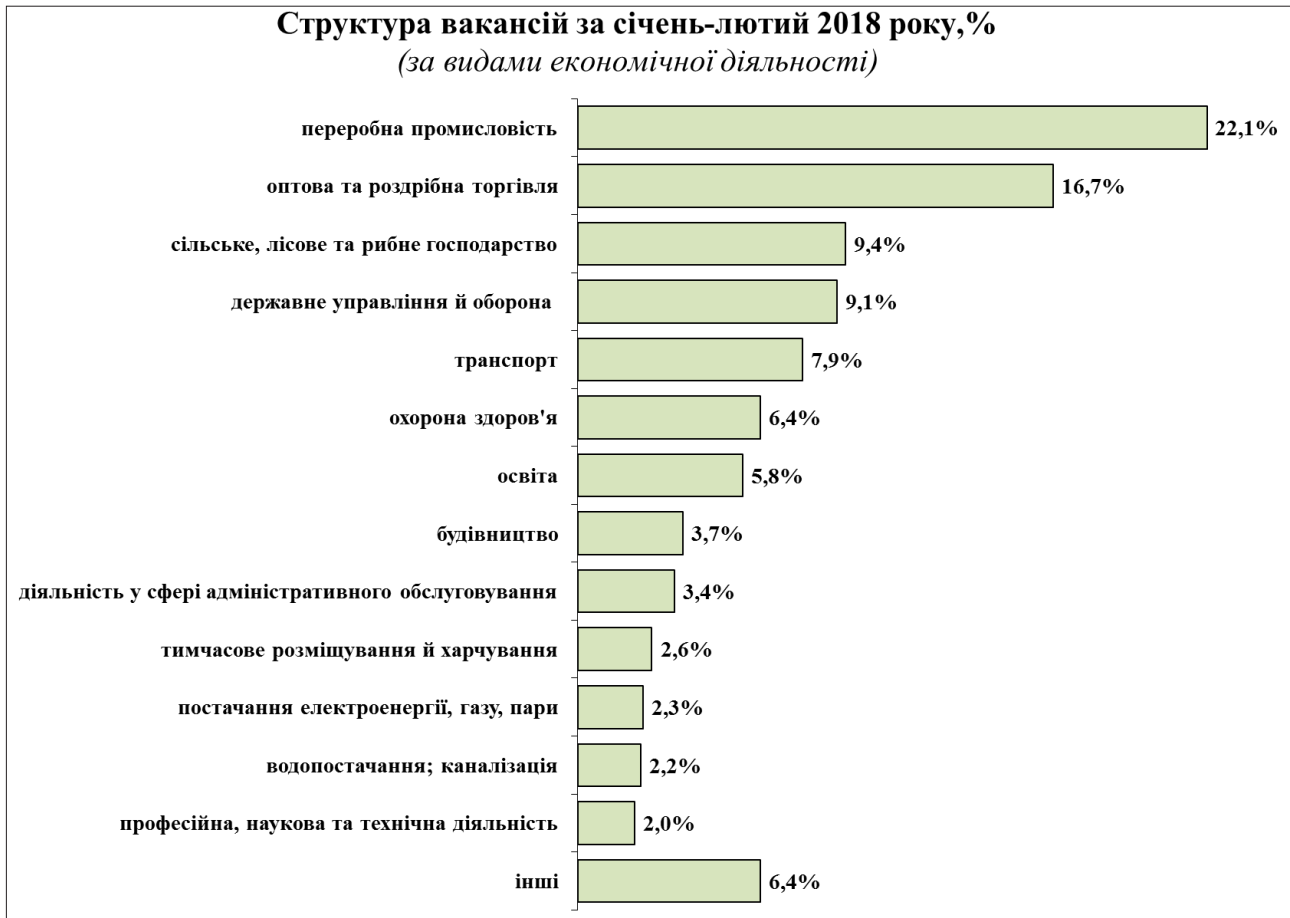


Рис. 1. Структура вакансій за січень-лютий 2018 року

та установах переробної промисловості, 17% – в оптовій та роздрібній торгівлі, по 9% – у державному управлінні й обороні та у сільському господарстві, 8% – у транспорті, 6% – в охороні здоров'я (рис. 1) [9].

У розрізі професій найбільший попит роботодавців спостерігається на кваліфікованих робітників, зокрема швачок, електромонтерів, слюсарів, електрогазозварників, пекарів, водіїв, токарів, monterів колії, столярів, малярів, мулярів.

Також затребувані працівники сфери послуг (продавці, кухарі, охоронці, офіціанти, бармени, молодші медичні сестри, перукарі тощо).

У сільськогосподарському секторі затребувані трактористи, птахівники, робітники з обслуговування сільськогосподарського виробництва, лісоруби.

Залишається високим попит на професіоналів та фахівців з досвідом роботи, а саме бухгалтерів, спеціалістів державної служби, лікарів, вчителів, інженерів різних галузей, економістів, фармацевтів, IT-фахівців, менеджерів.

Серед найпростіших професій найбільш затребуваними є підсобні робітники, вантажники, прибиральники та укладальники-пакувальники (табл. 1).

Станом на 1 березня 2018 року в базі даних служби зайнятості налічувались 71,8 тис. вакан-

сій, що на 25% більше, ніж на 1 березня 2017 року. Крім того, в базі даних служби зайнятості містилась інформація про 39,7 тис. пропозицій роботи, отриманих з інших джерел.

Середній розмір заробітної плати у вакансіях становив 5,0 тис. грн. (на відповідну дату 2017 року – 4,1 тис. грн.), у 79% вакансій розмір заробітної плати вище мінімальної.

Серед регіонів країни найбільшу заробітну плату пропонували роботодавці м. Києва та Київської області, а саме 5,9 тис. гривень, Закарпатської, Львівської, Одеської, Донецької та Полтавської областей (від 5,0 до 5,4 тис. гривень). В решті регіонів середній розмір оплати праці у вакансіях коливався від 4,1 тис. грн. до 4,9 тис. грн.

За професійними групами середній розмір оплати праці у вакансіях для законодавців, вищих державних службовців, керівників становив 5,8 тис. грн., для кваліфікованих робітників з інструментом – 5,5 тис. грн., для робітників з обслуговування та експлуатації устаткування та машин – 5,4 тис. грн., для професіоналів – 4,9 тис. грн., для кваліфікованих працівників сільського господарства та для фахівців – по 4,7 тис. грн., для працівників сфери торгівлі та послуг, представників найпростіших професій, технічних службовців розмір оплати праці коливався від 4,3 тис. грн. до 4,5 тис. грн.

Таблиця 1

Професії, за якими кількість вакансій є найбільшою у січні-березні 2018 року [9]

№	Назва професії	Кількість вакансій, одиниць	Чисельність безробітних, осіб	Дефіцит вакансій (-), дефіцит кадрів (+)	Станом на 01.04.2018 року	
					Кількість вакансій, одиниць	Чисельність безробітних, осіб
А		1	2	3	4	5
1	Водій автотранспортних засобів	20 133	24 728	-4 595	6 281	17 238
2	Тракторист-машиніст, тракторист	19 811	32 717	-12 906	8 892	23 248
3	Продавець товарів	15 415	29 597	-14 182	2 841	20 184
4	Підсобний робітник	14 368	34 640	-20 272	3 820	26 743
5	Бухгалтер	6 822	10 935	-4 113	1 225	7 326
6	Прибиральник службових приміщень	6 440	8 444	-2 004	1 511	6 185
7	Охоронець	6 253	11 802	-5 549	1 210	8 139
8	Кухар	5 590	9 506	-3 916	1 758	6 880
9	Швачка	5 543	2 632	2 911	2 459	1 712
10	Слюсар-ремонтник	4 996	5 363	-367	1 520	3 668
11	Продавець-консультант	4 522	5 575	-1 053	1 113	3 658
12	Вантажник	4 496	2 806	1 690	1 200	1 838
13	Спеціаліст Державної служби	3 969	5 232	-1 263	798	3 711
14	Сестра медична	3 770	2 945	825	773	1 849
15	Сторож	3 176	6 187	-3 011	409	4 491
16	Фахівець	3 147	4 181	-1 034	595	2 821
17	Електрогазоварник	3 064	2 540	524	1 121	1 655
18	Двірник	3 013	1 795	1 218	948	1 290
19	Електромонтер з ремонту та обслуговування електроустаткування	2 925	1 339	1 586	1 106	801
20	Укладальник-пакувальник	2 592	2 542	-1 057	470	1 566
21	Касир торговельного залу	2 412	2 378	34	585	1 487
22	Менеджер із збуту	2 362	3 874	-1 512	421	2 555
23	Молодша медична сестра	2 180	3 056	-876	287	2 183
24	Комірник	2 149	2 929	-780	427	2 014
25	Офіціант	1 858	1 738	120	673	1 192
26	Робітник з комплексного обслуговування сільськогосподарського виробництва	1 779	7 934	-6 155	843	6 524
27	Токар	1 729	1 046	683	706	664
28	Економіст	1 692	3 509	-1 817	308	2 290
29	Слюсар-сантехнік	1 664	894	770	614	552
30	Адміністратор	1 658	2 702	-1 044	254	1 877
31	Оператор заправних станцій	1 565	2 426	-861	174	1 661
№	А	1	2	3	4	5

Закінчення таблиці 1

32	Прибиральник територій	1 541	1 100	441	495	775
33	Інженер	1 525	1 719	-194	344	1 167
34	Вчитель загальноосвітнього навчального закладу	1 460	2 340	-880	232	1 632
35	Слюсар з ремонту колісних транспортних засобів	1 406	992	414	491	630
36	Менеджер	1 380	2 425	-1 045	302	1 617
37	Головний бухгалтер	1 353	3 300	-1 947	289	2 244
38	Листоноша (поштар)	1 308	3 278	-1 970	355	2 428
39	Прибиральник виробничих приміщень	1 306	1 571	-265	347	1 152
40	Верстатник деревообробних верстатів	1 255	807	448	232	529
41	Бармен	1 233	1 767	-534	316	1 213
42	Вихователь	1 231	1 539	-308	320	1 078
43	Пекар	1 229	1 232	-3	384	841
44	Кухонний робітник	1 204	1 874	-670	248	1 377
45	Фармацевт	1 187	757	430	314	448
46	Оператор автоматичних та напівавтоматичних ліній верстатів та установок	1 171	221	950	563	152
47	Соціальний робітник	1 160	1 691	-531	206	1 241
48	Робітник з комплексного обслуговування й ремонту будинків	1 145	2 152	-1 007	311	1 484
49	Помічник вихователя	1 136	1 790	-654	229	1 275
50	Дорожній робітник	1 108	1 381	-273	467	1 058

Таблиця 2

Професії, за якими середній розмір запропонованої заробітної плати є найбільшим (станом на 1 квітня 2018 року) [9]

№	Назва професії	Середній розмір запропонованої заробітної плати, грн.
1	2	3
1	Художник-мультиплікатор	64 000
2	Керівник проектів та програм у сфері матеріального (нематеріального) виробництва	55 813
3	Директор з виробництва	40 688
4	Фахівець з комп'ютерної графіки (дизайну)	40 513
5	Керівник банківської установи	26 862
6	Концертмейстер з класу вокалу	21 935
7	Редактор-перекладач	20 477
8	Головний тренер команди (збірної, клубної)	20 000
9	Голова інспекції	18 000
10	Бурильник (будівельні роботи)	15 000
11	Машиніст сировинних млинів	15 000
12	Керівник підприємства охорони здоров'я	14 561
13	Директор фінансовий	14 291
14	Головний режисер	14 135

Закінчення таблиці 2

1	2	3
15	Машиніст пневматичної установки	14 000
16	Складальник покришок	13 467
17	Науковий співробітник (галузь інженерної справи)	13 420
18	Забійник на відбійних молотках	13 170
19	Керівник групи	13 000
20	Освинцювальник	13 000
21	Начальник відділу управління	12 500
22	Начальник управління	12 000
23	Начальник пожежної охорони (команди) (пенітенціарна система)	12 000
24	Командир повітряного судна (пілот, льотчик), інструктор	12 000
25	Пілот (другий пілот)	12 000
26	Машиніст скіпового підйомника	12 000
27	Інструктор навчально-тренувального центру	11 934
28	Люковий (коксохімічне виробництво)	11 873
29	Крановий електрик	11 667
30	Начальник станції насосної	11 600
31	Варильник бітуму	11 556
32	Начальник проектно-конструкторського відділу	11 500
33	Зубошліфувальник	11 500
34	Артист балету	11 455
35	Слідчий (органи внутрішніх справ)	11 325
36	Дизайнер графічних робіт	11 289
37	Газівник коксових печей	11 143
38	Перезарядник складальних верстатів	11 050
39	Командир батальйону (органи внутрішніх справ)	11 000
40	Технік-технолог з виробництва меблів	11 000
41	Агроном відділення	11 000
42	Машиніст з навивання канатів	11 000
43	Різальник еластомерів, гумових та азбестових виробів	10 935
44	Оператор з перезарядження транспортних систем	10 813
45	Начальник диспетчерської (виробничо-диспетчерської) служби	10 800
46	Машиніст з цементування свердловин	10 800
47	Машиніст каландра (виробництво продукції з гуми)	10 796
48	Енергетик дільниці	10 513
49	Фахівець з організації захисту інформації з обмеженим доступом	10 500
50	Монтажник зв'язку (спаювальник)	10 500

Найвищий розмір оплати праці пропонується для директора з виробництва (41 тис. грн.), фахівця з комп'ютерної графіки (дизайну) (41 тис. грн.), редактора-перекладача (37 тис. грн.), керівника (директора) банківської установи (27 тис. грн.), головного режисера (24 тис. грн.), програміста прикладного (18 тис. грн.).

Також високий рівень заробітної плати пропонується операторам маніпулятора, операторам устаткування (15 тис. грн.), машиністам пневматичної установки, складальникам корпусів металевих суден (14 тис. грн.) (табл. 2).

Станом на 1 березня 2018 року кількість зареєстрованих безробітних становила 383,8 тис. осіб, що на 13% менше, ніж на відповідну дату минулого року.

Всього протягом січня-лютого 2018 року послугами Державної служби зайнятості скористались 477,8 тис. осіб безробітних громадян.

За видами економічної діяльності серед безробітних, які мали професійний досвід, майже кожен третій раніше працював у сільському, лісовому та рибному господарстві; 16% працювали в оптовій та роздрібній торгівлі (рис. 2) [9].

За професійними групами серед зареєстрованих безробітних переважають робітники з обслуговування, експлуатації устаткування та машин; працівники сфери торгівлі та послуг; представники найпростіших професій; законодавці, вищі державні службовці, керівники.

Станом на 1 березня 2018 року на одну вакансію в середньому по Україні претендували 5 безробітних (на 1 березня 2017 року – 8 осіб).



Рис. 2. Структура зареєстрованих безробітних за січень-лютий 2018 року



Рис. 3. Структура зареєстрованих безробітних за січень-лютий 2018 року

Таблиця 3

**Кількість вакансій та безробітних станом на 1 квітня 2018 року
(за видами економічної діяльності) [9]**

Показник	Кількість вакансій, одиниць	Кількість безробітних, осіб	Кількість претендентів на 1 вакансію, осіб
Усього	93 035	366 881	4
Особи, які раніше працювали	–	319 997	–
Зокрема, за видами економічної діяльності			
сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	21 324	93 250	4
добувна промисловість і розроблення кар'єрів	1 231	3 559	3
переробна промисловість	19 085	44 995	2
постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	2 026	5 263	3
водопостачання; каналізація, поводження з відходами	2 029	2 988	1
будівництво	3 686	9 009	2
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	11 333	49 821	4
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	8 246	14 549	2
тимчасове розміщення й організація харчування	2 428	7 128	3
інформація та телекомунікації	570	4 057	7
фінансова та страхова діяльність	785	8 762	11
операції з нерухомим майном	913	2 663	3
професійна, наукова та технічна діяльність	1 389	6 045	4
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	2 982	6 608	2
державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	5 812	38 531	7
освіта	3 284	7 184	2
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4 492	10 642	2
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	720	1 639	2
надання інших видів послуг	700	3 304	5

Таблиця 4

Кількість вакансій та безробітних за професійними групами станом на 1 квітня 2018 року [9]

Показник	Кількість вакансій, одиниць	Кількість безробітних, осіб	Кількість претендентів на 1 вакансію, осіб
Усього	93 035	366 881	4
Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)	4 944	50 203	10
Професіонали	7 927	30 190	4
Фахівці	7 189	32 971	5
Технічні службовці	3 327	19 316	6
Працівники сфери торгівлі та послуг	10 550	54 899	5
Кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства	3 134	21 314	7
Кваліфіковані робітники з інструментом	19 181	33 667	2
Робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання роботи технологічного устаткування, складання устаткування та машин	25 246	68 448	3
Найпростіші професії	11 537	55 873	5

Найбільше претендентів на одне вільне робоче місце спостерігалось у сільському, лісовому та рибному господарстві; у фінансовій та страховій діяльності (по 14 осіб), у сфері інформації, телекомунікації та у державному управлінні й обороні (по 7 осіб), а найменше – в освіті, в охороні здоров'я, на транспорті, водопостачанні, каналізації, де на одне робоче місце претендували 2 особи [9].

За професійними групами, найбільше претендентів на одну вакансію зафіксовано серед кваліфікованих робітників сільського та лісового господарств (18 осіб), законодавців керівників (12 осіб), а найменше – серед кваліфікованих робітників з інструментом (2 особи).

Найближчим часом в Україні істотно зросте потреба у висококваліфікованих фахівцях з вищою освітою, оскільки саме в таких сферах створюватимуться потужні ресурси конкурентоспроможності (зокрема біотехнології, ВПК, енергетика, освіта, HR, IT). Також зростатиме потреба у кваліфікованих управлінських кадрах в усіх сферах, що забезпечуватимуть розвиток. Збільшуватиметься розрив між вартістю кваліфікованої та некваліфікованої робочої сили. Можливе зростання безробіття у секторі низької кваліфікації.

Згідно з прогнозами експертів вітчизняному ринку праці постійно потрібен кваліфікований персонал. Насамперед це стосується таких галузей, як IT, туризм, будівництво. Причини, через які компанії не можуть задовольнити свою потребу в персоналі, досить ординарні, а саме відсутність необхідної кваліфікації, важливих навичок (особливо навичок комунікацій, роботи з клієнтами, продажів, управлінських компетенцій, безпеки праці) та досвіду роботи. Виняток становить тільки сектор будівництва, де основна проблема полягає у невідповідності заробітної плати очікуванням кандидатів, складних умовах роботи, незадовільних соціальних гарантіях. Не забезпечується належна підготовка і спеціалістів неprestижної малокваліфікованої фізичної праці. Крім того, під кадровим дефіцитом пропонується розуміти не лише відсутність кадрів певних спеціальностей, але й незабезпеченість якісними практичними навичками та вміннями за їх наявності відповідно до фаху. Причинами недостатньої кількості кваліфікованих кадрів є недостатнє державне фінансування системи підготовки та перепідготовки кваліфікованих кадрів, освіти загалом; невисокий рівень оплати праці в економіці країни, що

дестимулює процеси вдосконалення фаховості працівників.

Висновки. Всесвітній економічний форум, досліджуючи конкурентоспроможність країн, відзначає, що ринок праці України має певні резерви щодо підвищення конкурентоспроможності робочої сили, а особливо серед країн, що переходять з першої стадії розвитку (залежність економіки від факторів) до другої стадії (залежність від ефективності) [3].

Одними зі шляхів вирішення сьогоденних проблем на ринку праці є проведення системної, послідовної та широкомасштабної інформаційно-роз'яснювальної роботи у суспільстві, організація комплексної роботи з молоддю, активна співпраця у цих напрямках соціальних партнерів.

З метою подолання регіональних диспропорцій на ринку праці та забезпечення економічного розвитку доцільно вжити таких заходів:

1) збільшити фінансові надходження до служб зайнятості регіонів за рахунок державного перерозподілу всіх коштів;

2) розширити сфери застосування праці за рахунок створення нових робочих місць через встановлення сприятливого інвестиційного режиму для підприємств, на яких створюються нові робочі місця;

3) надати державної підтримки сільськогосподарським виробникам, підприємствам у депресивних регіонах;

4) удосконалити механізм формування, розміщення та виконання державного замовлення на підготовку фахівців, науково-педагогічних і робітничих кадрів на основі даних про стан регіональних ринків праці;

5) запровадити системну взаємодію роботодавців і навчальних закладів шляхом активізації участі роботодавців у створенні сучасної навчально-виробничої бази;

6) розробити та впровадити програми покращення демографічної ситуації в регіонах шляхом фінансової підтримки найбільш уразливих верств населення.

Вжиття усіх цих заходів допоможе підвищити якість українського ринку праці, подолати регіональні диспропорції на ринку праці в Україні та підвищити попит на робочу силу.

Системна профорієнтаційна робота із залученням роботодавців та навчальних закладів є найбільш дієвим засобом запобігання молодіжному безробіттю та формування у громадян мотивації до праці, усвідомленого вибору професій, затребуваних на ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ачкасов А. Теоретико-методологічні основи становлення сегментів ринку праці. URL: http://www.nbuu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/naukma/Econ/2001_19/10_achkasov_aye_abstract_ukr.pdf.
2. Бандур С., Заяць Т., Куценко В. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи: монографія. Черкаси: Брама – Україна, 2006. 620 с.
3. Барометр ринку праці в Україні – 2011. URL: <http://www.hh.ua/file/8037058.pdf>.
4. Богиня Д. Соціальні пріоритети у подоланні фінансово-економічної кризи. Вісник ХНУ. 2010. № 6. Т. 2. С. 11–13.
5. Всеукраїнська експертна мережа. URL: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=27945.
6. Горник В. Оцінка ролі та місця України у міжнародних економічних відносинах. Економіка та держава. 2011. № 3. С. 125–127.
7. Грішнова О. Трансформація зайнятості в Україні у перехідний період. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2005. Вип. 1. С. 14–18.
8. Долішній М. Регіональна політика на рубежі XX – XXI століть: нові пріоритети: монографія. Київ: Наукова думка, 2006. 510 с.
9. Державна служба зайнятості. URL: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=191677&cat_id=188634.

УДК 331.1:614.2

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

FEATURES OF ADMINISTRATIVE LABOR ON ENTERPRISES IN THE FIELD OF HEALTH PROTECTION

Ведерніков М.Д.

доктор економічних наук, професор,
академік Академії економічних наук України,
завідувач кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет

Чернушкіна О.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,
Хмельницький національний університет

Мантур-Чубата О.С.

кандидат економічних наук,
старший викладач
кафедри управління персоналом та економіки праці,
Хмельницький національний університет

Стаття присвячена розробці практичних рекомендацій та науково обґрунтованих пропозицій щодо вдосконалення системи організації управлінської праці підприємств галузі охорони здоров'я. Проаналізовано значимість нормування праці в управлінській діяльності та методи його здійснення на прикладі підприємств галузі охорони здоров'я.

Ключові слова: управлінська праця, нормування праці, організація управлінської праці, система управління персоналом, охорона здоров'я.

Стаття посвящена разработке практических рекомендаций и научно обоснованных предложений по совершенствованию системы организации управленческого труда предприятий отрасли здравоохранения. Проанализированы значимость нормирования труда в управленческой деятельности и методы его осуществления на примере здравоохранения.

Ключевые слова: управленческий труд, нормирование труда, организация управленческого труда, система управления персоналом, здравоохранение.

The article is devoted to the development of practical recommendations and scientifically grounded proposals for improving the system of organization of management work of enterprises of the healthcare industry. The importance of standardization of labor in management activity and methods of its implementation on the example of enterprises of the healthcare industry are analyzed.

Key words: management work, standardization of labor, management work organization, personnel management system, health care.

Постановка проблеми. Успішний розвиток будь-якої сфери людської діяльності неможливий без управління, тобто систематичного процесу використання ресурсів для досягнення певної мети. Основним ресурсом кожної організації є люди (кадри, персонал), оскільки саме вони приводять в дію решту всіх ресурсів. Отже, мистецтво управління полягає в умінні організувати певну діяльність, оптимально використовуючи людський чинник. В системі охорони здоров'я виключно важлива роль відведена безпосередньо медичному працівнику, тому управ-

ління розвитком кадрів визнається пріоритетним завданням менеджменту в галузі охорони здоров'я. Традиційні методи управління персоналом в галузі охорони здоров'я вже не забезпечують бажаних результатів, а навпаки, часто призводять до застою та навіть до дезорганізації в управлінських структурах. Зараз, коли засобів, що виділяються з державного бюджету на розвиток охорони здоров'я, недостатньо, найбільш перспективною є мобілізація прихованих можливостей системи на основі кращого використання кадрових ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми організації управлінської праці та особливостям її змісту присвятили свої праці чимало науковців, зокрема Б. Андрушків, Л. Балабанова, М. Винградський, І. Герчикова, В. Данюк, П. Друкер, Й. Завадський, Е. Мейо, Г. Осовська, Р. Стюарт, М. Туган-Барановський, А. Файоль, Ф. Хміль, А. Шегда. Праці, які присвячені дослідженням питань сутності управлінської праці в галузі охорони здоров'я, належать таким науковцям, як О. Баєва, Г. Дорошенко, Т. Камінська, В. Шатило, В. Журавель, А. Хейфець, О. Жадан, О. Вашев.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на глибину наукових розробок щодо формування системи управлінської праці в галузі охорони здоров'я, її елементи не повністю досліджені, тому потребують подальшого розкриття та вдосконалення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в дослідженні особливостей управлінської праці в сучасних умовах на підприємствах галузі охорони здоров'я.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управлінська діяльність – це вид свідомо здійснюваної людської діяльності, спрямованої на ефективне функціонування здійснюваних робіт (індивідуально чи колективно), досягнення тих чи інших цілей, вирішення відповідних завдань, виконання функцій [6, с. 12]. Численні підходи до встановлення сутності управлінської праці обумовлені специфічними відмінностями змісту праці цієї категорії.

Управлінська праця – це планомірна діяльність працівників управлінського персоналу, спрямована на організацію, регулювання, мотивацію та контроль роботи співробітників організації [6, с. 12].

Принципова відмінність праці управлінського персоналу за сучасних умов господарювання полягає в наявності у процесі праці розумової діяльності, високої інтенсивності праці, інформаційної насиченості, що потребує значних затрат часу на пошук, аналіз, систематизацію та узагальнення інформації. Це вимагає постійного самовдосконалення, систематичного підвищення кваліфікаційного рівня, формування відповідальності, вияву рішучості, ініціативи, творчої активності за умов жорсткої регламентації робочого часу.

Особливість праці керівників також полягає в тому, що вони самі безпосередньо не здійснюють вплив на предмети праці, не створюють матеріальні цінності, а виконують управління виробництвом, його конструкторське, технологічне, економічне, фінансове забезпечення; підготовку кадрів; управління нормуванням та організацією праці [2, с. 291].

На відміну від результатів праці робітників, результати праці управлінського персоналу мають опосередкований характер, як пра-

вило, за часом віддалені від самого процесу праці. Управлінська праця – різновид розумової праці. Хоч вона безпосередньо не виступає творцем матеріальних благ, але є невід'ємною частиною праці сукупного працівника, а отже, й продуктивною працею. Управлінська праця об'єднує елементи менеджменту з елементами спеціальності та професії. Менеджери майже завжди в процесі виконання своїх безпосередніх обов'язків виконують також не управлінські функції. Суттєві елементи управлінської праці передбачають налагодження зв'язків, управління людською поведінкою та прийняття на себе відповідальності за успішне виконання роботи.

Основна мета управління полягає у створенні необхідних умов (організаційних, технічних, соціальних, психологічних тощо) для реалізації завдань організації, забезпечення послідовності між індивідуальними трудовими процесами, координації та узгодження спільної діяльності працівників заради досягнення конкретних запланованих результатів [2, с. 292]. Управління є насамперед роботою з людьми, трудова діяльність яких є об'єктом управлінського впливу. Досягнення мети управління здійснюється шляхом вибору та реалізації сукупності управлінських впливів. Управлінський вплив на колективи людей, їхню трудову діяльність і є специфічним продуктом управлінської праці. Основною формою такого впливу є управлінське рішення. Ефективність прийняття управлінських рішень на основі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища залежить від опанування складною та рухливою сукупністю чинників, що постійно створюють нестандартні ситуації. Рішення, прийняті керівниками, залежать не тільки від їхніх знань та кваліфікації, але й від особистих рис, практичного досвіду, інтуїції, здорового глузду.

Управління в різних сферах суспільного життя має свою специфіку, а вивчення управлінського процесу, який вимагає диференційованого підходу, є предметом спеціального наукового дослідження. Зміни в усіх сферах системи охорони здоров'я України значно посилились та прискорились протягом останніх років, що викликало потребу появи професіоналів нової генерації в галузі управління, здатних до глибокого розуміння проблем та ключових тенденцій розвитку систем охорони здоров'я.

Особливість галузі охорони здоров'я полягає в необхідності двох типів керівників, а саме менеджерів та управлінців. Це пов'язане з тим, що сьогодні в галузі охорони здоров'я функціонують два типи організацій.

Першим типом є державні заклади охорони здоров'я (лікарні, поліклініки, клініки при медичних науково-дослідних інститутах, санітарно-епідеміологічні станції, центри здоров'я тощо), що функціонують як організації, які не є самостійними господарюючими суб'єктами. Такі

заклади охорони здоров'я отримують фінансування з державного бюджету, держава чітко визначає всі статті витрат та контролює їх. Згідно з Конституцією в Україні медична допомога надається населенню безкоштовно, тому державні лікувально-профілактичні заклади не можуть установлювати за неї плату. Перелік медичних послуг, які можуть сплачуватися пацієнтами, не є значним. Тому керівника державного лікувально-профілактичного закладу можна назвати управлінцем, а не менеджером.

Другою категорією управлінців є державні службовці, працівники органів державної влади, керівники органів управління охороною здоров'я. Вони формують державну політику та стратегію в галузі охорони здоров'я, організують соціальне управління охороною громадського здоров'я.

Другим типом є заклади охорони здоров'я недержавної форми власності, що функціонують як самостійні господарюючі суб'єкти в умовах ринку. Управління такими закладами забезпечують менеджери в галузі охорони здоров'я.

У процесі зміни господарського статусу медичних закладів та зростання їх управлінської автономії вимоги до керівників таких закладів лише зростатимуть, тому їх необхідно враховувати як під час підготовки, так і під час розроблення кваліфікаційної характеристики спеціаліста з управління охороною здоров'я, а саме керівника закладу охорони здоров'я будь-якої форми власності, організаційно-правової форми власності, а також організаційно-правової форми здійснення діяльності. Управлінці повинні володіти широким спектром навичок, необхідних для впровадження зміна на організаційному та політичному рівнях та для управління ними. Види діяльності управлінця – це насамперед завдання та обов'язки, що ґрунтуються на визначених компетенціях спеціаліста з управління охороною здоров'я. Для вирішення комплексних завдань доцільно переосмислити компетенції спеціаліста з управління охороною здоров'я, зокрема вимоги до рівня знань, вмінь та навичок, а також, що є вкрай важливим, до досвіду їх застосування у таких сферах, як впровадження стратегії розвитку медичного закладу.

Отже, серед різновидів управлінської праці в галузі охорони здоров'я, на нашу думку, можна виділити:

- здійснення організації управління закладом охорони здоров'я за системного підходу;
- орієнтацію на самостійний професійний розвиток;
- самоменеджмент;
- застосування знань нормативно-правової бази;
- укладання договорів про надання медичних послуг та інших господарських договорів;
- забезпечення взаємодії із засновниками, замовниками, громадою, пацієнтами, органами державного управління охороною здоров'я,

місцевою владою, громадськими організаціями тощо;

- представлення закладу охорони здоров'я та відстоювання його інтересів у державних, судових, страхових та арбітражних органах, органах місцевого самоврядування та приватних структурах;

- забезпечення процесу управління закладом охорони здоров'я, делегування, моніторинг, контроль, звітність, організацію, координацію, регулювання, аналіз, визначення причин незадовільного функціонування та прийняття рішень щодо їх усунення, власне, прийняття управлінського рішення;

- забезпечення дотримання ліцензійних умов медичної практики, підготовку закладу до акредитації;

- забезпечення управління технологічними процесами, матеріально-технічними ресурсами та територією;

- забезпечення реалізації стратегічних пріоритетів та плану розвитку закладу охорони здоров'я, його внутрішньої та зовнішньої діяльності з постійною орієнтацією на потреби споживачів (пацієнтів), засновників (власників);

- забезпечення маркетингової орієнтації закладу охорони здоров'я, спрямованої на задоволення потреб населення та економічну ефективність діяльності;

- забезпечення планування, прогнозування, оцінювання ризиків;

- забезпечення управління фінансовими ресурсами;

- забезпечення ефективного управління кадрами;

- забезпечення оцінювання результативності діяльності працівників, оплати праці та стимулювання до покращення діяльності;

- вирішення конфліктних ситуацій, питань трудової дисципліни;

- забезпечення формування та розвитку корпоративної культури закладу охорони здоров'я;

- забезпечення формування команди (відбір, визначення функціональних обов'язків, нормування праці) тощо.

Особливе місце у вирішенні задач організації праці управлінців, удосконалення апарату управління та методів його роботи, поліпшення використання робочого часу та скорочення управлінських витрат належить нормуванню. Це пов'язане перш за все з необхідністю підвищення ефективності використання трудового потенціалу працівників, оптимізацією їх чисельного та професійного складу, своєчасним корегуванням вимог до персоналу згідно з умовами ринку [8]. Нормування трудових витрат працівників управління є особливо складним, а сучасні підходи до організації та нормування праці управлінських працівників на підприємствах галузі охорони здоров'я не дають змогу повністю розкрити та використати людський потенціал. Відсутність

обґрунтованих нормативів на виконання окремих видів робіт приводить до того, що одні виконавці недостатньо навантажені протягом робочого дня, а інші, навпаки, перевантажені. Це провокує конфліктні ситуації, призводить до нерационального використання знань і досвіду працівників, що виконують функції управління. Сучасні тенденції ринку висувають до нормування управлінської праці такі вимоги [8]:

- використання науково обґрунтованої системи нормування праці;
- розширення сфери застосування нормування праці;
- удосконалення норм і нормативів на основі досягнень наукової організації праці;
- зниження витрат праці на розроблення нормативних матеріалів.

Методологічні засади нормування праці управлінського персоналу обумовлюються особливостями змісту їх праці. Зміст управлінської праці визначається сутністю функцій працівників щодо координації, контролювання, підготовлення, організації виробництва та управління ним. Зміст праці управлінського персоналу розкривається через характер зв'язку праці з окремими сторонами виробничого процесу. Виконання роботи з координації, контролю та організації окремих сторін виробничого процесу здійснюється через функції управління. На відміну від нормування праці виробничих робітників, нормування праці управлінського персоналу пов'язане з нормуванням розумових функцій, що не піддаються безпосередньому спостереженню та вимірюванню [2, с. 299].

Сутність нормування праці управлінського персоналу полягає в установленні ступеня затрат праці на виконання певного обсягу роботи за нормальної інтенсивності праці та оптимальних організаційно-технічних умов трудової діяльності. Ступінь затрат праці може бути виражений або безпосередньо у затратах часу працівника на виконання дорученої йому роботи, або через кількість працівників, яка необхідна для виконання певної функції.

Мета нормування праці управлінського персоналу полягає в підвищенні продуктивності та ефективності його роботи. На основі нормування праці службовців вирішуються такі завдання:

- визначення необхідної кількості службовців на підприємстві;
- розподіл цієї кількості по структурних підрозділах та окремих робочих місцях;
- визначення посадового складу службовців;
- забезпечення оптимального завантаження працівників;
- облік, оцінювання результатів індивідуальної та колективної праці, організація преміювання службовців [2, с. 299].

Під час нормування праці управлінського персоналу вирішуються переважно два завдання,

а саме визначається трудомісткість окремих видів виконуваних робіт, виявляється потрібна кількість цих працівників.

До недавніх часів на підприємствах діяла система лімітування кількості службовців, яка зумовлювала встановлення граничних асигнувань на утримання апарату управління та щорічних завдань щодо їх скорочення. За цих умов норми кількості могли використовуватись як орієнтир у розподілі загальної лімітованої кількості службовців на підприємстві за функціями управління та окремими підрозділами, а не для приведення їх у відповідність до науково обґрунтованих величин. У регулюванні кількості необхідно дотримуватись таких методів: коли фактична кількість управлінського персоналу за функціями управління більше нормативної, її необхідно зменшити шляхом вжиття організаційно-технічних заходів; коли фактична кількість службовців менше нормативної, необхідно здійснити аналіз причин такого становища (якщо виявиться, що ця служба працює успішно та повністю справляється з роботою, то збільшувати фактичну кількість працівників не слід; якщо ж виявляться серйозні претензії до якості та своєчасності виконання службою своїх функцій, можна вважати, що кількість її персоналу недостатня, а також вона може бути збільшена до нормативної).

Кількість управлінського персоналу підприємства планується на основі загальної нормативної кількості, встановленої сумою кількості за функціями управління за нормативами. Зараз керівники підприємств можуть самостійно вирішувати питання кількості та складу службовців. За цих умов дещо змінюється роль норм кількості. Вони стають менш обов'язковими для дотримання, але водночас значення їх підвищується, оскільки нормативи кількості стають нині єдиним інструментом розрахунку кількості та посадового складу службовців, їх розподілу за структурними підрозділами. Однак наявні нормативи стають непридатними для використання за сучасних умов, а особливо для малих підприємств, оскільки дають наперед завищені дані. Виникає необхідність розробки нових нормативів кількості відповідно до нових умов, особливостей невеликих підприємств. Нормування за використанням норм обслуговування та підлеглості має певне значення. За їх допомогою відбувається деталізація нормативної кількості, встановленої за нормативами кількості. Якщо за нормативами кількості розраховується кількість управлінського персоналу загалом за групою функцій та окремими функціями, то за нормативами обслуговування та підлеглості визначається число працівників за окремим посадами. Нормування за нормами обслуговування відбувається аналогічно нормуванню за нормативами підлеглості. Нормування за нормативами співвідношення має за мету подальшу диференціацію кількості праців-

ників управління, встановлену за нормативами кількості, за рівнями кваліфікації та кількості працівників підлеглих посад.

Розробка нормативів для нормування праці управлінського персоналу здійснюється за певною послідовністю, включаючи такі етапи [2]:

- підготовка до розроблення нормативів, за якої здійснюються встановлення та класифікація об'єктивно необхідних робіт та функцій, що характеризують трудомісткість та обсяг робіт за функціями, вибір підприємств та підрозділів для збирання інформації;

- збирання вихідних даних, а саме проведення спостережень, збирання первинних даних щодо кількості персоналу за функціями управління, числових значень чинників та техніко-економічних показників, коригування результатів спостережень;

- удосконалення трудового процесу, тобто аналіз наявної організації праці, проектування раціональної організації праці;

- математично-статистичне оброблення вихідних даних, а саме вибір методу оброблення, оброблення даних та вибір рекомендованих залежностей, кореляційний аналіз залежностей між кількістю службовців за функціями управління та чисельними значеннями чинників, вибір варіантів нормативних формул;

- оформлення нормативів та розсилання на апробацію;

- коригування нормативів після апробації, їх затвердження.

В основу нормування праці медичних працівників покладене визначення кількісних характеристик праці (норм праці). Будучи конкретним виразом ступеня праці, норма праці показує, у якій необхідній кількості та якій якості повинні бути витрати праці на здійснення тієї чи іншої дії під час надання різних видів медичної допомоги [3, с. 2].

Залежно від способу вираження витрат праці в охороні здоров'я розрізняють такі види норм праці, як норми часу, норми навантаження та кількості.

З усіх використовуваних в охороні здоров'я норм праці основними, структуроутворюючими є норми часу. Вони є базою для розрахунку всіх інших нормативних даних [3, с. 2]. Норми часу – величина витрат робочого часу, встановлена для виконання одиниці роботи одним працівником або групою працівників відповідної кваліфікації в певних організаційно-технічних умовах діяльності. Наказом Міністерства охорони здоров'я України від 25 травня 2006 р. № 319 встановлені норми робочого часу для працівників закладів та установ охорони здоров'я в діапазоні від 18 до 40 годин (год.) на тиждень, зокрема:

- 38,5 год. встановлено для керівників структурних підрозділів (відділень, відділів, лабораторій, кабінетів тощо) з числа лікарів та фахівців з базовою та неповною вищою освітою, керівни-

ків закладів охорони здоров'я з числа фахівців з базовою та неповною вищою освітою, лікарів та фахівців з базовою та неповною вищою медичною освітою (середнього медичного персоналу), медичних реєстраторів, дезінфекторів закладів охорони здоров'я (структурних підрозділів) (за винятком тих, хто працює у шкідливих умовах праці);

- 33 год. – для лікарів, зайнятих виключно амбулаторним прийомом хворих;

- 40 год. – для керівників закладів та установ охорони здоров'я, їхніх заступників, головних бухгалтерів та їхніх заступників, керівників відділів, служб та інших підрозділів; провізорів, фармацевтів аптек, зайнятих тільки відпусканням ліків та інших товарів аптечного асортименту; молодших медичних сестер, молодших медичних сестер з догляду за хворими, сестер-господарок (за винятком тих, хто працює зі шкідливими умовами праці).

Норми робочого часу, установлені в цьому Наказі, застосовуються для медичних працівників незалежно від відомчого підпорядкування та форм власності.

Норми обслуговування (навантаження) – встановлений обсяг роботи, яка має бути виконана в одиницю робочого часу в певних організаційно-технічних умовах діяльності (наприклад, норми обслуговування та виробітку на роботах з профілактичної дезінфекції). Запровадження способу формування штатного розпису закладів охорони здоров'я залежно від обсягу медичної допомоги, що надається таким закладом охорони здоров'я, потребує нових методичних підходів до визначення норм навантаження (кількості пацієнтів, які лікар повинен обслуговувати в заданих організаційно-технічних умовах) та норм кількості (кількості лікарів, що виконують певний обсяг робіт за встановлений період часу в заданих організаційно-технічних умовах). Норми навантаження розраховуються за «Методичними рекомендаціями визначення нормативів навантаження на медичних працівників (лікарів) у закладах охорони здоров'я, які надають вторинну (спеціалізовану) та третинну (високоспеціалізовану) медичну допомогу», затвердженими Наказом Міністерства охорони здоров'я України від 28 березня 2013 р. № 249.

Норми кількості – встановлена кількість працівників певного професійно-кваліфікаційного складу, необхідна для виконання конкретних обсягів робіт у певних організаційно-технічних умовах. Відповідно до Наказу Міністерства охорони здоров'я України від 2 вересня 2016 р. № 928 Наказ «Про штатні нормативи та типові штати закладів охорони здоров'я» від 23 лютого 2000 р. № 33 визнано таким, що втратив чинність. Нових штатних нормативів та типових штатів закладів охорони здоров'я нині не затверджено, тому керівник має право в разі виробничої необхідності змінювати штати окремих структурних підрозділів або вводити посади, не передбачені

примірними штатними нормативами для цього закладу в межах загальної штатної кількості та фонду оплати праці закладу.

Розроблення норм праці у сфері охорони здоров'я може здійснюватись із застосуванням двох груп методів, а саме аналітичних та досвідно-статистичних (сумарних) [3].

Аналітичні методи передбачають розчленування трудового процесу на окремі складові. Залежно від способів розроблення норм праці ці методи поділяються на аналітично-дослідний та аналітично-розрахунковий.

Найбільш поширеним у сучасних умовах є аналітично-дослідний метод нормування. Він полягає у вимірюванні всіх складових елементів праці медичного персоналу в оптимальних організаційно-технічних умовах, що відповідають сучасній технології лікувально-діагностичного процесу. Методику вивчення витрат робочого часу в умовах аналітично-дослідного методу нормування праці розроблено досить докладно, і вона успішно застосовується в охороні здоров'я впродовж багатьох десятиліть.

Аналітично-розрахунковий метод передбачає використання заздалегідь розроблених, офіційно затверджених трудових нормативів на найбільш поширені види робіт.

Сумарний метод нормування праці застосовується для визначення норм праці без детального вивчення трудового процесу.

Одним із видів сумарного методу є статистичний, за якого норми праці встановлюються на основі статистичних даних про витрати праці на операції, що виконувались раніше. Цей метод можна застосовувати лише за умови, що у лікаря, з одного боку, не буде недовантаження, а з іншого боку, буде дотримано технологію лікувально-діагностичного процесу, а пацієнту буде надано належну медичну допомогу в повному обсязі.

Порівняльний метод встановлення норм праці застосовується тоді, коли робота персоналу аналогічна тій, щодо якої вже розроблено норми праці, а технологія не має істотних відмінностей (наприклад, праця медичних реєстраторів, статистиків тощо, що є однаковою в усіх типах закладів).

Досвідний метод нормування праці базується на особистому досвіді нормувальника, його уявленні про необхідну тривалість тієї чи іншої трудової операції. Сумарний метод, що не враховує повністю зміст та організацію трудового процесу, раціональне використання робочого часу, не може бути рекомендований для широкого застосування під час розроблення норм праці. Водночас його простота та економічність зумов-

люють схильність медичних закладів у низці випадків віддавати перевагу саме цьому методу [3]. Особливо це стосується розроблення норм разового характеру (наприклад, в разі ліквідації наслідків аварій та катастроф).

Слід відзначити, що зі стратегічної точки зору найбільш перспективним є аналітично-розрахунковий метод нормування праці, однак його розвиток стримується в Україні недостатньою розробленістю бази нормативних матеріалів для визначення норм праці як у кількісному, так і в якісному відношенні. У закладах охорони здоров'я для визначення кількості персоналу для виконання певного обсягу роботи, встановлення низки нормативних показників повинен знайти широке застосування також розрахунково-аналітичний метод. Коли немає централізовано розроблених трудових нормативів, а роботи мають низький рівень повторюваності (наприклад, під час упровадження нових видів інструментальних досліджень, організації нового виду послуг), можна застосовувати сумарні методи нормування для встановлення тимчасових норм, щоб в наступні два-три роки на підставі нагромадженого досвіду роботи здійснити їхнє наукове обґрунтування.

Висновки. Отже, керувати лікарняним закладом, а тим більше бути керівником більш високого рівня може бути людина, яка має не лише організаційну, але й управлінську підготовку. Просування України до європейських стандартів потребує також визначення нових вимог до керівників, а особливо тих, хто працює в галузях, що визначають індекс людського розвитку або впливають на нього. В умовах реформування галузі охорони здоров'я існує відчутна потреба визначення нових підходів до стимулювання трудової активності медичних працівників на основі застосування науково обґрунтованої системи нормування праці. На сучасному етапі розвитку охорони здоров'я завдання нормування праці можна сформулювати так:

- перегляд галузевих нормативних документів із праці;
- розроблення нормативних матеріалів із праці для нових типів організацій, організаційних форм, спеціальностей тощо;
- приведення у відповідність нормативної бази з праці до основних напрямів реформування охорони здоров'я;
- удосконалення методичних підходів до проектування нормативних документів як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях управління, економічний аналіз діяльності медичного персоналу, ціноутворення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Баєва О., Солоненко І. Формування державних освітньо-кваліфікаційних вимог до підготовки фахівців з менеджменту підприємств і організацій у сфері охорони здоров'я. Вісник Національної академії державного управління. 2009. URL: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2009-4-30.pdf>.
2. Ведерніков М., Чернушкіна О. Нормування праці: навч. посіб. Львів: Новий Світ – 2000, 2011. 372 с.
3. Жадан О., Вашев О. Теоретичні підходи до організації нормування праці в галузі охорони здоров'я. Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку. 2017. № 2 (57). С. 1–6. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-2/doc/2/01.pdf>.
4. Загороднюк О. Особливості організації управлінської праці у сільськогосподарських підприємствах. Економіка і організація управління. 2014. Вип. 1–2. С. 105–111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2014_1-2_17.
5. Карамішев Д., Федак Н. Механізми формування системи пр офесійної підготовки керівних кадрів галузі охорони здоров'я. Теорія та практика державного управління. 2011. Вип. 3 (34). URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2011-3/doc/4/01.pdf>.
6. Скібіцька Л. Організація праці менеджера: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 360 с.
7. Чернушкіна О., Козак А. Особливості управлінської праці в сучасних умовах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 11. URL: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/137.pdf>.
8. Чумаченко О., Шульгіна Т. Особливості нормування управлінської праці. Економічний вісник Донбасу. 2011. № 1 (23). С. 186–190. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24039/33-Chumachenko.pdf?sequence=1>.

ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ

FUNCTIONING OF THE EMPLOYMENT SERVICE ON THE BASE OF MARKETING

Герчанівська С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Відокремлений підрозділ
Національного університету
біоресурсів і природокористування України
«Бережанський агротехнічний інститут»

У статті розкрито сутність концепції соціально-етичного маркетингу. Висвітлено поняття «некомерційний маркетинг», особливості некомерційних послуг. Розглянуто специфічний інструментарій маркетингу у сфері послуг. Охарактеризовано маркетингове середовище служби зайнятості та його фактори. Обґрунтовано доцільність використання маркетингу в діяльності служби зайнятості.

Ключові слова: маркетинг, служба зайнятості, некомерційний маркетинг, комплекс маркетингу, послуга, маркетингове середовище.

В статье раскрыта сущность концепции социально-этичного маркетинга. Освещены понятие «некоммерческий маркетинг», особенности некоммерческих услуг. Рассмотрен специфический инструментальный маркетинг в сфере услуг. Охарактеризованы маркетинговая среда службы занятости и ее факторы. Обоснована целесообразность использования маркетинга в деятельности службы занятости.

Ключевые слова: маркетинг, служба занятости, некоммерческий маркетинг, комплекс маркетинга, услуга, маркетинговая среда.

The article reveals the essence of the concept of social-ethical marketing. The concept of "non-commercial marketing", features of non-commercial services is highlighted. A specific marketing tool in the service sector is considered. Characterized marketing environment of the employment service and its factors. The expediency of using marketing in the activity of the employment service is substantiated.

Key words: marketing, employment service, non-commercial marketing, marketing complex, service, marketing environment.

Постановка проблеми. Сучасні економічні умови в Україні потребують нових підходів до вирішення проблем ринку праці під час скорочення попиту на робочу силу та зростання конкуренції. Проблема зайнятості набуває особливої вагомості та соціальної гостроти, що посилюється тенденціями до зростання масштабного безробіття та нераціональним використанням праці на багатьох підприємствах й організаціях різних форм власності. Крім того, у теперішніх умовах господарювання роль людини в економічному зростанні країни та формуванні національного багатства стає провідною.

Останнім часом значно збільшився інтерес до маркетингу як концепції ринкового управління. Нині поряд із застосуванням засобів маркетингу в комерційній сфері маркетинг поширився та став основою діяльності багатьох некомерційних організацій (навчальних закладів, лікарень). На наш погляд, під час організації вітчизня-

ного ринку праці доцільно активно та всебічно використовувати маркетинг у діяльності служб зайнятості, які є основними органами регулювання зайнятості та безробіття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні питання маркетингу у сфері праці та зайнятості розглянуто в роботах Д.П. Богині, В.М. Карпова, Ю.М. Маршавіна, М.Л. Цукана та інших вчених.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте впровадження маркетингу в діяльність служби зайнятості є відносно новим та потребує глибшого аналізу й визначення напрямів удосконалення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є висвітлення результатів наукових досліджень щодо маркетингу у службі зайнятості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетинг – це соціальний та управ-

лінський процес, спрямований на задоволення потреб та бажань як індивідів, так і груп шляхом створення, пропонування та обміну наділених цінністю товарів [1]. Вважається, що нині найбільш придатною для ринку праці України є концепція соціально-етичного маркетингу. Як зауважують головні теоретики маркетингу, «концепція соціально-етичного маркетингу <...> є найбільш прогресивною» з точки зору суспільної ефективності в період екологічних проблем, винищення природних ресурсів, швидкого росту населення, економічних проблем та низького рівня соціальних служб [2]. Сутність цієї концепції полягає в задоволенні не лише теперішніх потреб конкретних споживачів, але й в урахуванні тривалих інтересів усього суспільства.

Під впливом соціально-економічних змін в суспільстві, коли необхідно забезпечувати не лише особисті, але й суспільні блага, виникає некомерційний маркетинг. В результаті не лише держава бере на себе обов'язки виробляти чисті суспільні блага (переважно у формі послуг), але й отримують розвиток суспільні інститути, метою яких є задоволення потреб суспільства. Саме таким державним інститутом є служба зайнятості, метою діяльності якої є надання соціальних послуг громадянам, які тимчасово не працюють. Маркетинг у некомерційній сфері визначається як сукупність взаємопов'язаних заходів, спрямованих на задоволення потреб споживачів та отримання зовнішньої підтримки (державна та місцева влада, державні та приватні фонди) [3].

Державні, некомерційні послуги володіють зовнішніми ефектами, наявність яких не дає змогу розглядати їх як особисті блага. Як суспільні блага ці послуги характеризуються невідимістю, тобто неможливістю їх надання лише окремим особам; орієнтацією на дуже вузькі сегменти споживачів; наявністю особливих цільових сегментів для їх надання; відсутністю виключення, тобто неможливістю виключення особи з процесу користування цими послугами; складністю нормування споживання цього виду послуг; гнучкістю та здатністю до адаптації.

Для досягнення цілей суб'єктів маркетингової діяльності використовується специфічний інструментарій маркетингу, основу якого становить так званий комплекс маркетингу. Американські школи маркетингу вірні своєму підходу «чотирьох Р», розробленому у 1960-х роках Д. Маккарті. М. Бітнер розширив цю формулу до «семи Р» стосовно послуг. Традиційна формула «чотирьох Р» містить чотири контрольовані для організації фактори маркетингу, такі як товар, ціна, канали поширення й елементи комунікації ("product", "price", "place", "promotion"). Завдання організації полягає в тому, щоби застосовувати ці фактори так, щоб вони ефективно впливали на цільовий ринок. Тільки за їх допомогою може відбуватися реалізація, а отже, досягнення цілей організації. Щодо послуг, то ця модель допо-

внюється трьома додатковими Р, такими як процес, матеріальне середовище, люди ("process", "physical evidence", "people") [2]. Оскільки виробництво послуг є безперервним процесом, який не можна розірвати на стадії, створивши запас, в комплекс маркетингу послуг додається такий інструмент, як процес, що об'єднує визначений набір операцій, які ведуть до створення кінцевого результату. Процес надання послуг не може здійснюватися без безпосередньої спільної участі виробника та клієнта. В результаті в окремий інструмент маркетингу виділяються люди, від яких залежить кінцевий результат діяльності. Матеріальне середовище включає фірмовий стиль, наявність необхідного устаткування, приміщень, сучасних технологій, комунікацій, охорони тощо. Їх відсутність негативно позначається на іміджі організації.

Маркетинг розглядається нами як ринкова концепція забезпечення організаційної діяльності служби зайнятості, спрямована на вивчення ринку праці шляхом проведення маркетингових досліджень, які включають експертно-аналітичні передумови, з урахуванням запитів клієнтів, а також орієнтацію на них надаваних послуг, формування та стимулювання попиту та пропозиції на працівників з метою обґрунтованого прийняття рішень, забезпечення результативної діяльності.

Вважаємо, що концепція маркетингу служби зайнятості полягає в таких положеннях: метою діяльності є задоволення потреб клієнтів у послугах; проведення цілого комплексу маркетингових досліджень для вдосконалення послуг; маркетингова діяльність постійно контролюється та аналізується; результати діяльності повинні привести до збалансування попиту та пропозиції на ринку праці, а також забезпечити позитивну суспільну думку. Основним завданням концепції маркетингу в сучасних умовах є процес інтеграції зусиль служби зайнятості на реалізацію загальної мети її діяльності, що не повинна бути спрямована на вирішення внутрішніх проблем, а має орієнтуватись на надання послуг у межах своєї компетенції, в яких зацікавлені клієнти. Фундаментальною основою концепції маркетингу в службі зайнятості є приведення у відповідність потреб клієнтів з її можливостями та ресурсами.

Сутність маркетингу відображають шляхи ефективного досягнення поставлених цілей служби зайнятості, які витікають із його сучасної концепції, та принципи маркетингу, що визначають її; вони включають детальне врахування потреб, стану, динаміки попиту та пропозиції на ринку праці під час прийняття рішень; створення умов для максимального пристосування надаваних послуг до вимог ринку праці з урахуванням довгострокової перспективи; вплив на ринок праці, клієнтів за допомогою всіх доступних засобів комунікації; формування маркетингового мислення у працівників; визначення та

формування нових цілей маркетингової діяльності за ступенем досягнення поставлених раніше; внесення корективів.

Застосування маркетингу службою зайнятості має свою специфіку, що зумовлена особливістю її діяльності:

- надає безкоштовні послуги, має некомерційний характер;
- має обмежений перелік послуг, який впливає з її функцій та визначається законодавством;
- більшість послуг має посередницький характер, а задоволення нужд здійснюється

третьою стороною (працевлаштування, професійне навчання, організація оплачуваних громадських робіт), лише деякі задовольняються безпосередньо центрами зайнятості (професійна консультація, професійна інформація);

– не може обмежити коло своїх клієнтів, тобто надавати послуги тільки одній групі клієнтів (наприклад, тим, хто вперше шукає роботу) або обмежитись наданням лише якоїсь однієї послуги [4, с. 71].

Схема роботи служби зайнятості з трудового посередництва показана на рис. 1.

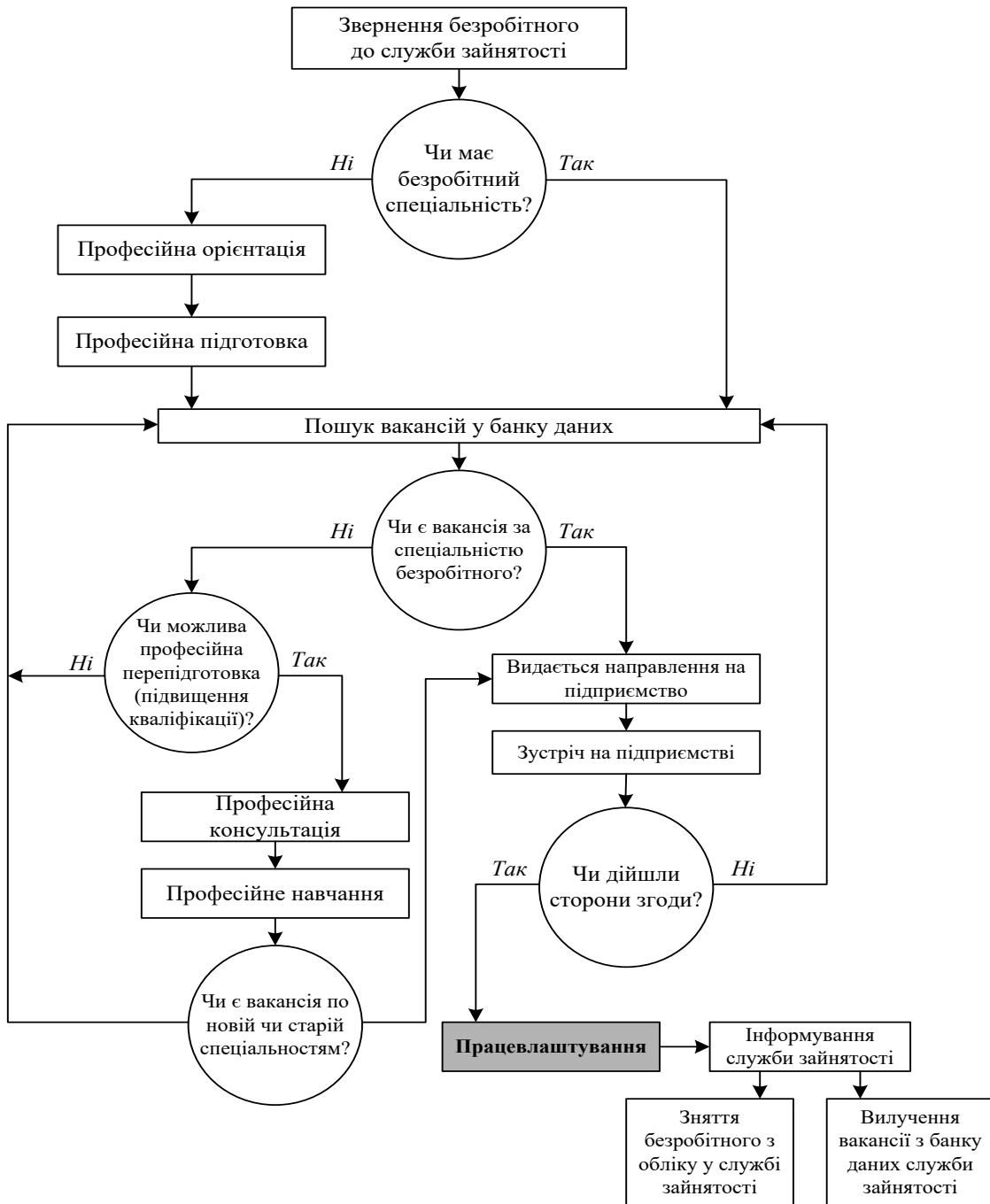


Рис. 1. Схема роботи служби зайнятості з трудового посередництва

В системі маркетингової діяльності служби зайнятості велике значення має маркетингове середовище (сукупність факторів на макро- та мікрорівнях), яке включає певні умови діяльності, що необхідно враховувати під час управління та розроблення стратегії розвитку. Макросередовище об'єднує демографічні, економічні, екологічні, науково-технічні, політико-правові, соціально-культурні чинники. Мікросередовище включає фактори, що мають безпосереднє відношення до самої організації, та її можливості щодо обслуговування клієнтів. Сюди належить вище керівництво служби, її підрозділи, клієнти, партнери. Для досягнення намічених цілей зазначені фактори повинні розглядатись погоджено [5].

Водночас найбільш важливим методологічним моментом є окреслення теоретичного комплексу маркетингу, що включає всі елементи, які принципово важливо враховувати в маркетинговій діяльності. Відповідно до методології маркетингу середовище, де здійснюється ринкове регулювання, тобто середовище маркетингу, поділяється на підконтрольні та непідконтрольні фактори, рівень успіху та рівень невдачі за досягнення мети, зворотні зв'язки та адаптація. До підконтрольних відносяться фактори, на які можна безпосередньо впливати. Вони визначаються формою діяльності та створюють загальну стратегію маркетингу. Непідконтрольні фактори є більш гострою проблемою маркетингу, бо вони активно впливають на успіх організації в досягненні мети. Це клієнти, конкуренція, політика уряду, економіка, технологія та засоби масової інформації. Адаптація під впливом зворотних зв'язків є змінами в системі та плані маркетингу, що здійснює організація з метою пристосування до непідконтрольного навколишнього ринкового середовища [6].

Висновки. Маркетинг у службі зайнятості – це система діяльності, послідовність дій для досягнення поставлених цілей, в якій повинні бути об'єднані всі її функції та дії відповідно до концепції маркетингу. Ринок праці постійно знаходиться в русі, є динамічним. Відповідно, маркетинг є безперервним процесом, який зосереджений не лише на теперішньому часі, але й на майбутньому. Важливо погоджувати дії всередині центру зайнятості (мікросередовище) з умовами макросередовища (демографічні, економічні, екологічні, науково-технічні, політико-правові, соціально-культурні чинники). Якщо їх розглядати окремо, то неможливо досягнути намічених цілей. Маркетинг є діяльністю передбачення, що включає прогнозування або принаймні формування правильного погляду на те, що більшою мірою може знадобитись споживачу, оскільки йому передається дещо, що не має матеріальної форми, а від цього потрібно відчутти вигоду та отримати користь. Він також дає можливість оцінити, що може примусити тих, хто не є клієнтами центру зайнятості, звернутись до його послуг. Надання послуг набуває конкретної спрямованості на кожного клієнта окремо. Маркетингові дії слід застосовувати комплексно, оскільки успіх забезпечується лише всією сукупністю засобів маркетингу, що пов'язані між собою та доповнюють один одного. Роль маркетингу розглядається як фундаментальний процес, орієнтований на клієнта та відноситься до всієї служби зайнятості загалом. Рівень маркетингової діяльності не обов'язково визначається лише результатами поточної діяльності. Висока ефективність перш за все повинна визначатись грамотним проведенням маркетингової політики в стратегічному масштабі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2004. 712 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга / пер. с англ. 2-е европ. изд. Москва; Санкт-Петербург; Киев: издательский дом «Вильямс», 2000. 944 с.
3. Вачевський М.В., Скотний В.Г. Маркетинг в сферах послуг: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 232 с.
4. Маршавін Ю.М. Ринок праці та функціонування Державної служби зайнятості: навч.-метод. посібник. Київ: Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості, 1998. 169 с.
5. Чемерис А.Т. Організація діяльності служби зайнятості: конспект лекцій. Київ: МАУП, 2003. 120 с.
6. Новикова І.В. Маркетинг сфери послуг: навч. посібник. Київ: видавництво Європейського університету, 2004. 72 с.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦЕЗДАТНОГО НАСЕЛЕННЯ ДО САМОЗБЕРЕЖЕННЯ ЗДОРОВ'Я

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF MOTIVATION OF THE WORKING POPULATION TO SELF-PRESERVATION THE HEALTH

Заюков І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри безпеки життєдіяльності та педагогіки безпеки,
Вінницький національний технічний університет

Проаналізовано теорії мотивації, які дали можливість узагальнити основні детермінанти (цінності) громадян, що покладено в основу їх стимулювання до збереження життя і здоров'я. Запропоновано рекомендації, які мають розглядатися як стратегічні пріоритети держави в напрямі мотивації працездатних громадян у сфері самозбереження їх здоров'я. Розроблено модель формування мотиваційної поведінки самозбереження здоров'я працездатного населення України.

Ключові слова: мотивація, самозбереження здоров'я, безпека, цінності, девіантна поведінка.

Проанализированы теории мотивации, которые дали возможность обобщить основные детерминанты (ценности) граждан, положенные в основу их стимулирования к сохранению жизни и здоровья. Предложены рекомендации, которые должны рассматриваться как стратегические приоритеты государства в направлении мотивации работоспособных граждан в сфере самосохранения их здоровья. Разработана модель формирования мотивационного поведения самосохранения здоровья работоспособного населения Украины.

Ключевые слова: мотивация, самосохранение здоровья, безопасность, ценности, девиантное поведение.

There has been analyzed the theory of motivation that gave an opportunity to summarize the main determinants of (value) citizens as the basis of their incentive to preserve life and health. The proposed recommendations are considered as strategic priorities of the state towards motivating people of working age in the field of self-preservation the health. The model of motivational behaviors of self-preservation the health of the working population of Ukraine has been developed.

Key words: motivation, health, safety, self-preservation of health, deviant behavior.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Нині зруйнована радянська «безкоштовна» система охорони здоров'я з відповідними їй стереотипами свідомості та поведінки, натомість не створена нова, яка б мотивувала працездатних громадян самостійно турбуватися про свій стан здоров'я. За даними [1], середня тривалість життя в Україні порівняно з країнами ЄС на дев'ять років нижча, смертність у цілому вдвічі вища, рівень захворюваності в три-чотири рази вищий, а ймовірність українського чоловіка померти у віці від 20 до 60 років становить 40%, тоді, наприклад, як у Швейцарії не доживають до 60 років усього 8% чоловіків [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної про-

блеми і на які спирається автор. Складним міждисциплінарним питанням людського розвитку, у тому числі проблемі мотивації громадян до дотримання принципів здорового способу життя присвячено праці багатьох учених, зокрема: О. Амоші, Г. Апанасенка, С. Бандура, Д. Богині, В. Геєця, І. Гнибіденка, О. Грیشнової, М. Долішнього, Т. Заяць, А. Колота, І. Кравченко, В. Куценко, Е. Лібанової, В. Новікова, О. Новікової, В. Онікієнка, С. Пирожкова, Н. Рингач, У. Садової, Л. Семів, М. Семикіної, В. Стешенко, А. Чухна та ін.

Академік НАН України Е. Лібанова вважає, що основними причинами захворюваності та смертності українців є нездоровий спосіб життя, робота в шкідливих умовах та забруднення навколишнього середовища [2]. На думку С. Дудник [3], у майбутньому очікується подальше

погіршення здоров'я працездатного населення в Україні, тому запровадження профілактичної медицини, забезпечення працездатного населення належними умовами праці та створення стимулів для здорового способу життя мають бути стратегічними пріоритетами держави. Крім того, професор Г. Апанасенко (засновник наукової школи управління здоров'ям людини) [4] наголошує, що кожна людина сама має нести відповідальність за своє здоров'я, а її життя має залежати від його думок.

Таким чином, стратегічним пріоритетом держави у сфері підвищення середньої тривалості здорового життя, зниження рівня захворюваності і смертності, особливо від неінфекційних хвороб, є формування мотивації у працездатних громадян поведінки, спрямованої на самозбереження здоров'я.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проблема самозбереження здоров'я актуалізується у зв'язку з реформуванням системи охорони здоров'я України та прийняттям у 2016 р. Концепції розвитку системи громадського здоров'я. Вона передбачає систему заходів держави, спрямованих на зміцнення, збереження здоров'я та попередження захворювань, у тому числі за рахунок раціональної поведінки самих громадян. Саме тому у статті пропонується інноваційна модель формування мотиваційної поведінки самозбереження здоров'я, яка ґрунтується на соціально-економічних, культурно-гуманітарних, медико-демографічних, політичних та інших аспектах.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою роботи є побудова моделі формування мотиваційної поведінки у працездатного населення України, спрямованої на самозбереження його здоров'я.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Важливим фактором мотиваційного впливу на формування механізму самозбереження здоров'я є свідомість працівника. Внаслідок низької свідомості громадян турбота про своє здоров'я знаходиться на задньому плані, що веде до нехтування здоров'ям, його руйнування і повного знецінення. Отже, мотивація працездатного населення до зміцнення і збереження здоров'я має розглядатися як стратегічний пріоритет держави та якості трудового життя.

В основі якості трудового життя лежить теорія мотивації. Як відомо, під мотивом розуміють стимулювання людської поведінки, що базується на суб'єктивних очікуваннях або стимулах. Поведінка людини визначається безліччю мотивів (цінностей). Розуміння мотивів і потреб дасть ключ до пояснення всіх складників продуктивної трудової діяльності людини, у тому числі щодо самозбереження її здоров'я. Розглянемо «Теорію мотивації» А. Маслоу, яка базується на тому, що працівник прагне до задоволення

своїх потреб, які мають ієрархічну структуру і можуть бути систематизовані у міру зростання важливості для людини [5]. Головний висновок цієї теорії: чим організованіше людина, тим більш високий рівень вона займає на ієрархічній драбині. Якщо проаналізувати потреби людини і співвіднести їх зі змістом концепції якості трудового життя, то можна виділити такі аспекти, які можуть бути покладені в механізм самозбереження здоров'я працездатного населення:

- споживання (потреба в реалізації принципу «гідної праці»);
- безпека (потреба у здорових умовах праці, стабільності, соціальному захисті, порядку і законі);
- психосоціальні потреби (дружні відносини, зокрема в трудових (соціальних) групах та ін.);
- особистісний розвиток (реалізація працівником творчих, інтелектуальних і фізичних можливостей);
- суспільного розвитку (потреба у відчуженні себе громадянином незалежної, сильної, справедливої країни з високим науково-технічним та трудовим потенціалом, відчуття особистої приналежності до її розвитку).

Таким чином, забезпечення економічної і соціальної безпеки людини дасть змогу реалізувати вищі ієрархічні мотиви (за умови політичної, економічної і соціальної стабільності в країні), що, з високою ймовірністю, дасть можливість зберегти і зміцнити своє здоров'я. О. Коваль [6] під соціальною безпекою розуміє відсутність загроз для здоров'я і життя людини, а до гуманітарної безпеки відносить відсутність загроз для способу життя, культури, віри, традицій, цінностей, духовності, моральності, цілей, ідеалів тощо (тобто ірраціональних сутностей, які за сукупністю визначають внутрішній світ людини). У подальшому дослідженні розглянемо ці сутності в аспекті формування мотивації щодо самозбереження здоров'я працездатних громадян.

Дослідник В. Врум запропонував мотиваційну «теорію очікування». В її основі лежить теза про те, що людина спрямовує свої зусилля на досягнення якої-небудь мети тільки тоді, коли буде впевнена у високій імовірності її задоволення [7, с. 29]. Теорія очікування складається з трьох взаємозалежних факторів: «витрати праці – результати; результати – винагорода; валентність (ступінь задоволення винагородою)». Мотивація досягається, коли працівники впевнені, що їх зусилля обов'язково дадуть їм змогу досягнути цілі і призведуть до отримання особливо цінної винагороди (справедливого доходу, високого рівня здоров'я тощо). Мотивація послабляється, якщо ймовірність успіху або цінність винагороди оцінюється працівниками невисоко.

Важливим фактором, який дає змогу пояснити механізм мотивації працівників до ефек-

тивної праці та до самозбереження власного здоров'я, є справедливість. Так, «теорія рівності» Д. Адамса пояснює, що в основі мотивації трудової поведінки людини лежить принцип справедливої оцінки його зусиль (порівняно з оцінкою зусиль інших співробітників [7, с. 26]). Крім того, «концепція теорії справедливості» передбачає, що люди завжди суб'єктивно оцінюють відношення своєї винагороди до затрачених зусиль і порівнюють її з тим, що отримали інші працівники за аналогічну роботу. Якщо вони вважають, що оцінка і порівняння несправедливі, то знижується результативність їх праці, а це веде, зокрема, до ірраціональної поведінки по відношенню до здоров'я.

Дослідники Л. Портер та Е. Лоулер розробили «синтетичну теорію мотивації», яка передбачає елементи теорії очікування і теорії справедливості. В основі мотивації працівників лежить справедлива винагорода. Результативність праці залежить від прикладених зусиль, їх характерних особливостей і можливостей, оцінки своєї ролі та цінності винагороди [7, с. 33]. Отже, результативна праця завжди приносить задоволення від виконаної роботи та розглядається як мотив самозбереження здоров'я.

Науковець В. Ядов розробив «диспозиційну концепцію регуляції соціальної поведінки особистості», яка пояснює мотиви трудової діяльності працездатного населення, у тому числі через формування ціннісних орієнтацій особистості. Саме система ціннісних орієнтацій особистості дає змогу формувати мотиваційну поведінку людини [8, с. 365], наприклад під час вибору професії, зміни місця роботи, звільнення з роботи. Це може відбуватися, як правило, під впливом сукупності різних мотивів, таких як: погана організація праці, незручний графік роботи, важка та брудна робота, незадовільні санітарно-гігієнічні умови, застаріле обладнання, низька заробітна плата, безперспективність кар'єрного росту та ін.

В Україні, на жаль, відбулася деформація цінностей, у тому числі цінності здоров'я. Причини криються у процесах, які супроводжували початок ринкових реформ: приватизація, накопичення капіталу, у тому числі нажитого незаконним шляхом, несправедливий розподіл національного багатства країни тощо. Наслідками таких процесів є тяжіння окремих прошарків населення до збагачення й отримання надприбутків. Це явище свого часу філософ Г. Сковорода, як відомо, називав «сріблολюбством» (духом наживи, користолюбства, зажерливості, влади речей), що призводить до духовної спустошеності та погіршення здоров'я.

Такі цінності, як чесність, справедливість, порядність хоча й не є суто економічними термінами, але без них розвиток нації, держави, особистості, на нашу думку, абсолютно неможливий. «Реанімація» цих цінностей в українському суспільстві має бути стратегічним пріоритетом

нашої країни. Саме вони мають стати важливими елементами під час формування мотиваційного механізму до самозбереження здоров'я працездатного населення.

Згідно із «законом про самозбереження», провідним мотивом соціальної поведінки людини є збереження його власного соціального статусу, почуття власної гідності. Так, А. Солтер розробив «концепцію асертивності». Суть її полягає у здатності людини конструктивно відстоювати свої права, власну точку зору, не порушуючи при цьому моральних прав інших людей [9]. Наприклад, стійкість людини протистояти іншим людям, які схилиють до вживання наркотичних, алкогольних та інших речовин, порушення законів країни тощо. Ця концепція дає розуміння людині оптимально реагувати на критику та вміння рішуче говорити собі та іншим «ні», регулювати власну поведінку і відповідати за неї. Крім того, від внутрішньої стійкості «нонконформізму» та таких цінностей людини, як совість, чесність, порядність, зокрема, залежать результати діяльності підприємства (імідж, рентабельність, продуктивність праці, плинність кадрів тощо).

Далі варто розглянути, які механізми перешкоджають самозбереженню здоров'я працездатних осіб із позиції девіантної поведінки. Так, існує «соціологічна теорія девіантної поведінки» Е. Дюркгейма [10], яка пояснює, що система деградації цінностей людей зумовлюється кризою всіх суспільних інститутів. У часи швидких суспільних змін (реформ), що характерно нині для України, люди перестають розуміти, що від них чекає суспільство, а це викликає труднощі в узгодженні своїх вчинків із діючими нормами. Попередні норми вже не відповідають сучасним реаліям, а нові не сформульовані, що призводить до втрат орієнтирів у поведінці.

А. Коен розробив «теорію делінквентних субкультур». В її основі лежить поняття аномії [11], що мотивує достатньо великі групи індивідів, зокрема молодих, невлаштованих у житті, до пошуку нових форм поведінки, яка не відповідає розповсюдженим у суспільстві цінностям домінуючої культури. У нових культурах усе те, що заперечується і засуджується панівною культурою, наприклад агресивність, сексуальна розпуста, алкоголізм, наркоманія, кримінал (мілкі крадіжки, корупція, хабарництво), визнається нормальними засобами досягнення самовираження та поваги з боку інших членів соціальної групи. Зазначені процеси будуть гальмувати людський розвиток країни.

Крім того, Г. Тард сформулював «теорію наслідування», яка пояснює, що девіантна поведінка наслідується, а Е. Сазерленд розробив «теорію диференціальної асоціації», яка підкреслює роль соціальної взаємодії в процесі формування поглядів і вчинків людей [12]. Тобто автори роблять висновки, що девіантній поведінці вчать.

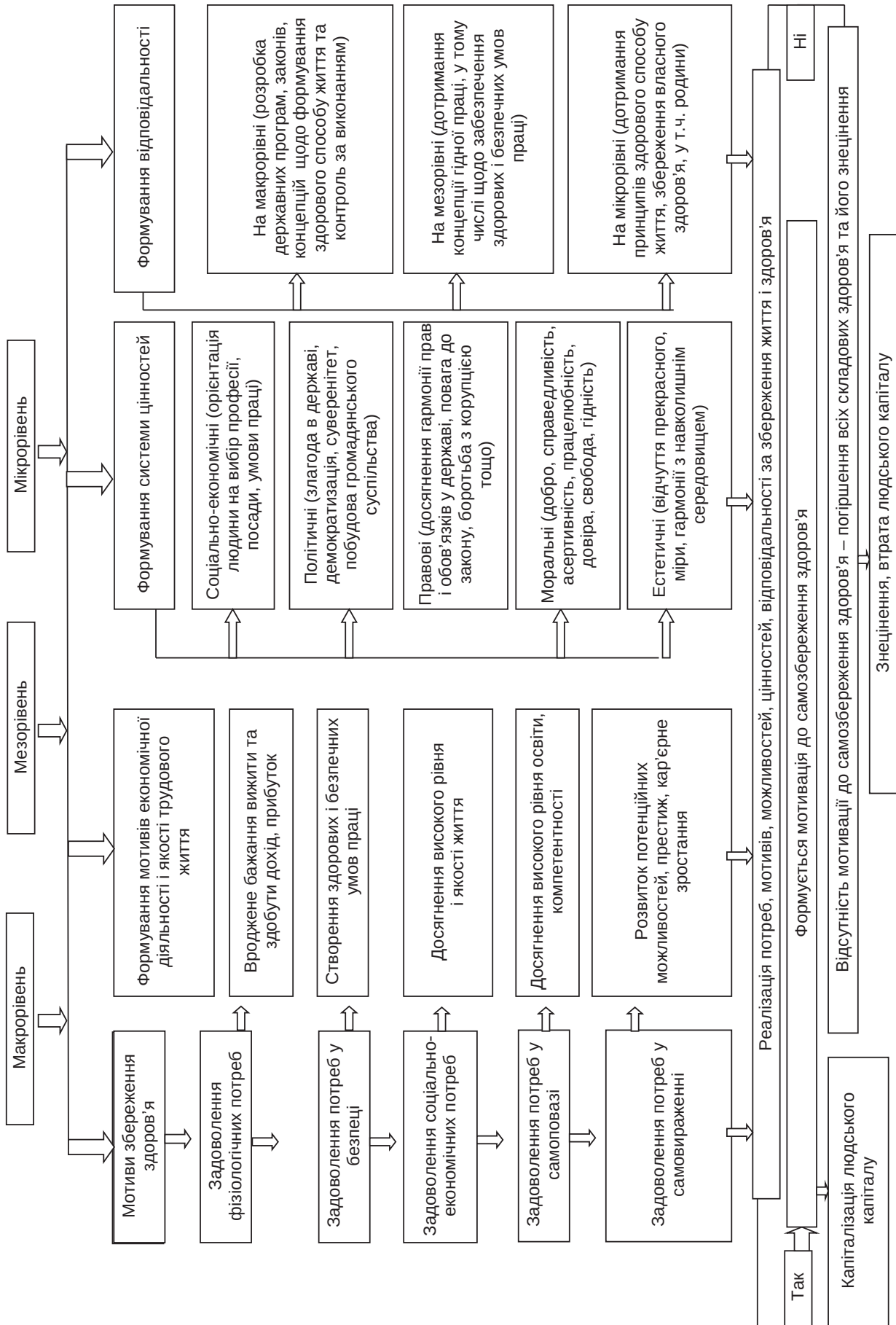


Рис. 1. Модель формування мотиваційної поведінки, спрямованої на самозбереження здоров'я населення

Відома «теорія конфлікту» К. Маркса пояснює, що девіантна поведінка є продуктом моральної деградації, заснованої на безпринципній боротьбі за наживу і гноблення соціально незахищених верств населення [13]. Психологічні й емоційні проблеми пояснюються відчуженням людей від засобів виробництва, що призводить у тому числі до нехтування ними своїм здоров'ям. Дуже великого значення для самозбереження здоров'я працездатного населення набуває розроблена структурна схема управління здоров'ям зайнятого населення (професором Д. А. Дартау [14]), яка складається з чотирьох блоків: регулятора; впливу на об'єкт; виміру результатів управління; знань про об'єкт управління (здоров'я працівника). Розглядаючи як об'єкт управління здоров'я, передусім необхідно прийняти до уваги, що здоров'я має управлятися людиною самостійно. Цей постулат є ключовим. Для цього потрібно набувати валеологічний досвід через систему знань, тому освітній чинник має виступати як важлива детермінанта самозбереження здоров'я.

Узагальнивши наведені вище теорії мотивації, можна запропонувати основні рекомендації в системі державного стратегічного управління, що стосуються самозбереження здоров'я працездатних громадян, а саме: формування ефективних механізмів стимулювання трудових ресурсів до збереження здоров'я і життя (на виробництві та в побуті); інвестування достатніх ресурсів на мотивацію населення щодо ведення ним здорового способу життя, у тому числі шляхом надання дотацій роботодавцям, які на своїх підприємствах реалізують програми «здоров'я на робочому місці»; реалізація на практиці профілактичної

медицини; диспансеризація населення; запровадження страхової медицини та ін.

На рис. 1 запропонована модель мотиваційної поведінки, спрямованої на самозбереження здоров'я, зокрема зайнятого населення, яка містить такі елементи: потреби (мотиви) працівників, під час реалізації яких відбувається процес збереження та зміцнення їх здоров'я; мотиви економічної діяльності; система цінностей, які формують подальші трудові відносини, у тому числі сприяють підвищенню рівня якості життя; відповідальність за збереження здоров'я на всіх рівнях.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. В основі формування моделі поведінки працездатного населення та його мотивації до самозбереження здоров'я має бути досягнення на макро-, мезо- і мікрорівні синергійного ефекту, який би дав змогу підвищити рівень людського капіталу та розвитку, продуктивності, працездатності й ефективності праці. Запропонована модель складається з таких важливих елементів, як: потреби (мотиви) людини (працівника) під час реалізації яких відбувається процес збереження та зміцнення здоров'я; мотиви економічної діяльності, зокрема спрямованої на створення гідних умов праці; система цінностей, що формують основу й ефективність трудових відносин; відповідальність держави, підприємства та конкретного працівника за збереження здоров'я та його зміцнення шляхом дотримання принципів здорового способу життя.

Формування мотиваційної поведінки, спрямованої на збереження життя і здоров'я працездатного населення, має стати підґрунтям побудови організаційно-економічного механізму самозбереження здоров'я зайнятого населення України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Парламентські слухання на тему: «Про реформу охорони здоров'я в Україні». URL: http://iportal.rada.gov.ua/news/Novyny/Parlamentski_slukhannya/121696.html.
2. Офіційний сайт Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. URL: <http://www.idss.org.ua/>.
3. Сердечно-сосудистые заболевания в Украине: прогнозы – неутешительны. URL: <http://www.vz.kiev.ua/ru/sercevo-sudinni-zaxvoryuvannya-v-ukrayini-prognozi-nevishni/>.
4. Апанасенко Г.Л., Попова Л.А. Медицинская валеология: избранные лекции. К.: Здоров'я, 1998. 248 с.
5. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2008. 352 с.
6. Коваль О.П. Соціальна безпека: сутність та вимір: наукова доповідь. К.: Національний інститут стратегічних досліджень (2016). URL: http://www.niss.gov.ua/public/File/2016_nauk_anal_rozrob/social_bezpeka.pdf.
7. Мотивация персонала в современной организации: учебное пособие / Под ред. С.Ю. Трапицына. СПб.: Книжный Дом, 2007. 240 с.
8. Котловий С.А. Ціннісні орієнтації як передумова виникнення конфліктної поведінки учнів професійного ліцею. Актуальні проблеми державного управління педагогіки та психології. 2012. Вип. 2. С. 362–366.
9. Гук О. Асертивність як складова культури демократичного врядування. URL: http://www.lvivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik9/fail/Guk.pdf.
10. Дюркгейм Э. Социология: предмет, метод, предназначение. М.: Реабилитация, 2006. 349 с.
11. Козн А. Отклоняющееся поведение и контроль над ним. М., 1972. С. 282–296.
12. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. К.: Просвіта, 2008. 260 с.
13. Жетписбаев Б.А., Айтпаева А.К. Концептуально-теоретические проблемы девиантного поведения и правовой социализации несовершеннолетних в Республике Казахстан. Алматы, 2006. 244 с.
14. Дартау Л.А. Теоретические аспекты управления здоровьем и возможности его реализации в условиях Российской Федерации. Проблемы управления. 2003. № 2. С. 43–52.

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ОЗБРОЄННЯ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ ТА НАРОЩУВАННЯ ГОНКИ ОЗБРОЄНЬ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА

ANALYSIS OF THE INDICATORS OF ARMAMENT OF THE LEADING COUNTRIES OF THE WORLD AND THE BUILD-UP OF THE ARMS RACE AS A GLOBAL PROBLEM OF MANKIND

Грінько І.М.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського»

Нечипорук І.В.

студентка факультету менеджменту та маркетингу,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського»

У статті на основі обробки даних та рейтингового аналізу розглянуто основні тенденції гонки озброєнь, а також стратегію розвитку військово-промислової політики, оборонного комплексу, мілітаризації економіки та військового стану країн-лідерів і країн-агресорів. Досліджено сутність основних понять, що стосуються озброєння країни, таких як: «державна військово-промислова політика», «гонка озброєнь», «оборонно-промисловий комплекс». Здійснено порівняльний аналіз військових витрат, збройних сил, експорту та імпорту зброї різних країн. За допомогою вищезгаданих показників визначено лідерів, які становлять реальну загрозу для війни. Тенденції зміни таких показників представлено графічно. Зазначено список країн, які мають ядерну зброю, та наслідки, які вона може спричинити для навколишнього середовища. На підставі проведеного аналізу виявлено, що в останні роки масово зростає озброєння країн та, відповідно, гонка озброєнь. Проаналізувавши вищезазначені показники, виявлено тенденції щодо кожного з них, а також загальні щодо наслідків стимулювання роззброєння країн. Запропоновано шляхи вирішення проблем із загрозою війни.

Ключові слова: гонка озброєнь, мілітаризація економіки, державна військово-промислова політика, озброєння, демілітаризація військової техніки.

В статье на основе обработки данных и рейтингового анализа рассмотрены основные тенденции гонки вооружений, а также стратегия развития военно-промышленной политики, оборонного комплекса, милитаризации экономики и военного положения стран-лидеров и стран-агрессоров. Исследована сущность основных понятий, касающихся вооружения страны, таких как: «государственная военно-промышленная политика», «гонка вооружений», «оборонно-промышленный комплекс». Осуществлен сравнительный анализ военных расходов, вооруженных сил, экспорта и импорта оружия разных стран. С помощью вышеупомянутых показателей определены лидеры, которые представляют реальную угрозу для войны. Тенденции изменения таких показателей представлены графически. Указан список стран, имеющих ядерное оружие, и последствия, которые она может повлечь для окружающей среды. На основании проведенного анализа выявлено, что в последние годы массово растет вооружение стран и, соответственно, гонка вооружений. Проанализировав вышеуказанные показатели, обнаружены тенденции по каждому из них, а также общие последствия стимулирования разоружения стран. Предложены пути решения проблем с угрозой войны.

Ключевые слова: гонка вооружений, милитаризация экономики, государственная военно-промышленная политика, вооружение, демилитаризация военной техники.

In the article, based on data processing and rating analysis, the main trends of the arms race, as well as the strategy for the development of military-industrial policy, defense complex, militarization of the economy and the military state of the leaders and aggressor countries are considered. The essence of the basic concepts concerning the country's weapons, such as "state military-industrial policy", "arms race", "defense-industrial complex", is explored. A comparative analysis of military expenditures, armed forces, exports and imports of weapons from different countries was carried out. Using the above indicators, leaders have been identified that pose a real threat to the war.

Trends in changing these indicators are presented graphically. The article lists the countries that have nuclear weapons and the consequences that it can have for the environment. On the basis of the analysis, it was discovered that in recent years the weapons of countries have increased massively and, accordingly, the arms race has increased. After analyzing the above-mentioned indicators, the authors identified trends for each of these, as well as the general implications of stimulating disarmament of countries, and suggested solutions to the problems of the threat of war.

Key words: arms race, militarization of the economy, state military-industrial policy, armament, demilitarization of military equipment.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Щорічне загострення військово-політичної ситуації у світі стає наслідком дедалі жорсткішої та масштабнішої гонки озброєнь. Мілітаризація економіки спричиняє ворожечу між країнами та провокує до масштабних витрат на оборону та армію. На даному етапі світ сколихнуло глобальне питання тотального озброєння країн. Міжнародні організації борються та пропагують роззброєння та відмову від ядерної зброї, а також мирне вирішення конфліктів. Кількість військових заворушень, воєнних атак та загроза ядерної війни зростає з кожним роком, незважаючи на санкції та саміти, проведені міжнародними організаціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Кожного року зростає кількість праць щодо роззброєння та оборонно-промислового комплексу країн. Провідні вчені у цій галузі – В.О. Корховий, А.І. Кравець, В.О. Опенько, П.В. Смирнов, В.М. Тарасов, Ю.В. Шевчук, які досліджували та систематизували основні поняття воєнно-технічної політики держав, а також досліджували їх тенденції озброєння, але ця проблема потребує доопрацювання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на велику кількість праць за даною тематикою, залишається перелік невирішених та нерозглянутих питань, а саме:

- тенденції зміни кількості озброєння протягом п'ятдесяти останніх років по найбільш прогресуючих країнах;
- не визначено реальну загрозу війни, яка спричинена пропагандою роззброєння.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у проведенні аналізу мілітаризації економіки, визначенні темпів приросту збройних сил у різних країнах світу та запропонуванні шляхів зниження загроз війни.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Гонка озброєнь стає дедалі більшою та глобальнішою проблемою людства. На неї щорічно нині витрачається майже 800 млрд. дол., що дорівнює витратам праці в су-мі понад 100 млрд. людино-років. Під вій-

ськові бази відведено значну частину території, лише у регулярних військах зайнято понад 20 млн. осіб [4]. Виготовлення та зберігання зброї загрожує не лише всесвітньому миру, а й навколишньому середовищу, особливо зберігання ядерної зброї. Згідно з оцінками Федерації американських учених, у сукупному світовому арсеналі ядерних озброєнь нараховується 20 тис. боєголовок. Із них майже 5 тис. вважаються повністю боєздатними, а приблизно 2 тис., які є на озброєнні у Сполучених Штатах Америки (США) і Росії, можуть бути застосовані впродовж короткого часу [6].

Хоча точні цифри конфіденційні, однак експерти Федерації американських вчених (Federation of American Scientists) зробили приблизні підрахунки ядерних арсеналів на озброєнні окремих держав (табл. 1), послуговуючись доступними для громадськості джерелами [6].

Таблиця 1

Країни та їхні ядерні озброєння [2]

Країна	Тактичні і стратегічні озброєння*	Сукупний арсенал**
Росія	2430	10000
США	1950	8500
Франція	290	300
Китай	0	240
Велико-британія	160	225
Ізраїль	0	80
	0	90-110

*Стратегічна зброя, призначена для ураження великих міст, ракетних об'єктів і військових штабів супротивника в межах стратегічного плану.

**Сукупний арсенал охоплює нестратегічну зброю та озброєння в запасах і на складах.

Джерело: складено на основі [2]

Щодо самої гонки озброєнь, то вона відбувається не лише за допомогою ядерної зброї, а й за допомогою поліпшення державної військово-промислової політики. Державна військово-промислова політика – комплекс правових, економічних, організаційних та інших заходів державного впливу на діяльність, спрямовану на розвиток оборонно-промислового комплексу та його експортного потенціалу, забезпечення потреб Збройних сил та інших військових формувань України новітніми зразками озброєння, військової і спеціальної техніки [2].

Для детального аналізу військово-промислової політики, оборонного комплексу та військового стану країн загалом розглянемо показники, які впливають на дану динаміку: експорту та імпорту зброї, кількості збройних сил, витрати на оборону, військові витрати. Для аналізу були вибрані такі країни: Україна, США, Російська Федерація (РФ), Китай, Північна Корея, Японія, Іран, Саудівська Аравія, Італія, Німеччина, Франція, Велика Британія (ВБ). Передусім слід відзначити, що для поліпшення оборонного комплексу країн необхідно налагодити озброєння. Озброєння – всі види військової зброї та боєприпасів до неї, якими оснащуються військова техніка та/або особовий склад військових формувань, засоби керування зброєю, засоби індивідуального бронезахисту, оптичні та електронно-оптичні прилади, запасні частини до всіх видів зброї [2]. Озброєння може проходити двома способами: за рахунок поліпшення оборонного комплексу країн та за рахунок експорту даної групи товарів. Оборонно-промисловий комплекс – сукупність суб'єктів виробництва, інших суб'єктів господарювання, установ та організацій, які разом із суб'єктами виробництва беруть участь у забезпеченні та/або супроводженні стадій життєвого циклу озброєння, військової і спеціальної техніки, а також здійснюють постачання товарів військового призначення та подвійного використання, надання послуг військового призначення під час виконання заходів військово-технічного співробітництва України з іноземними державами [2]. Оцінити поліпшення оборонного комплексу кожної країни можна за допомогою тенденції військових витрат (рис. 1). Слід зазначити, що до військових витрат належать не лише витрати на армію, а й на її оснащення. Останніми роками значну частку у витратах зайняли витрати на спеціальну техніку.

Спеціальна техніка – технічні засоби, призначені для забезпечення проведення оперативно-розшукових заходів розвідувальними, контррозвідувальними та правоохоронними органами, і технічні засоби спеціального зв'язку, технічного та криптографічного захисту інформації, які не мають господарсько-побутового призначення, а також обладнання та апаратура для контролю і проведення випробувань таких засобів [2].

Згідно з динамікою рис. 1, варто зазначити, що витрати на оборону Китаю значно перевищують витрати решти країн, що, своєю чергою, спричиняє значну загрозу з боку цієї країни. Також можна оцінити, що Російська Федерація збільшила в 2016 р. відносно 2000 р. витрати на оборону на 192 246,00 дол. США. Однозначним є те, що витрати на оборону в Україні досить малі порівняно з іншими країнами, незважаючи на те що вони порівняно з 1990 р. зросли втричі. Можна сказати, що Україна відчуває значну загрозу війни як із боку Європи, так і з боку РФ.

Для того щоб у повному обсязі оцінити витрати на оборону, а також знівелювати розміри країн, слід їх порівняти з державними витратами у відсотковому співвідношенні (рис. 2).

Через відсутність повних даних неможливо повністю оцінити тенденції витрат на оборону відносно державних витрат. Очевидно, що відносно 2005 р. Україна збільшила свої витрати на оборону відносно до державних витрат на 3,2%, що ще раз підтверджує рис. 1, але він не досягає рівня 2000 р. Досить дивним став факт зменшення на 4,2% витрат на оборону відносно загальнодержавних витрат у США.

Також слід оцінити витрати країн на оборону відносно ВВП (рис. 3).

Аналіз витрат на оборону відносно ВВП показав, що Україна та РФ за останні 10 років значно наростили свої витрати, що, звичайно, спри-

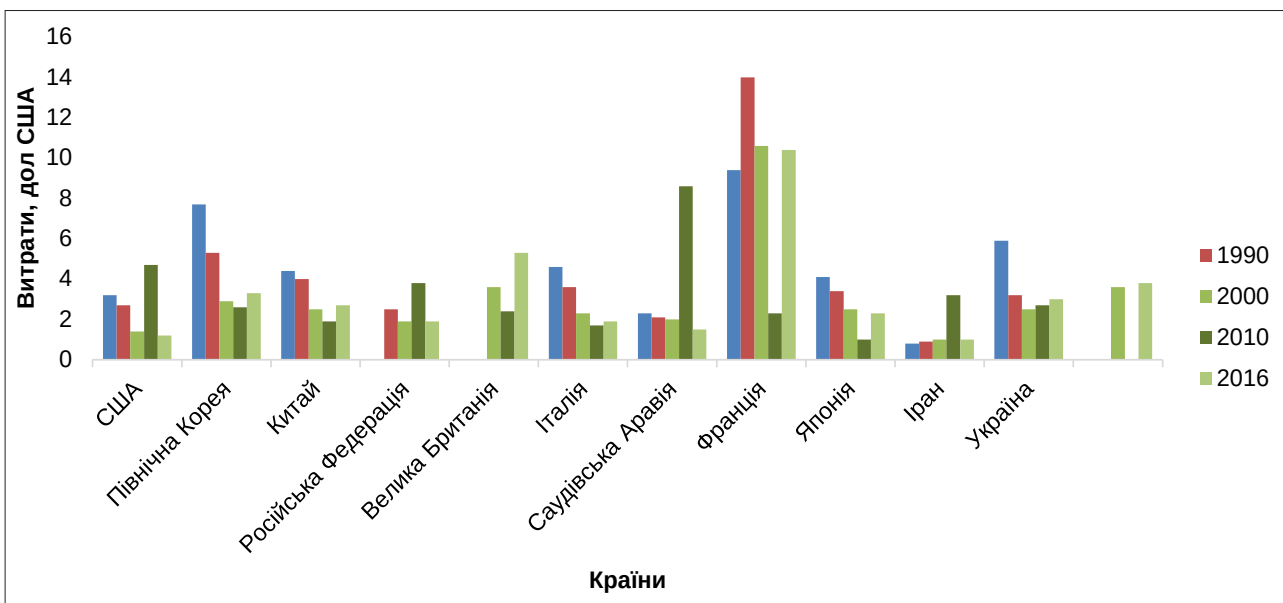


Рис. 1. Військові витрати в дійсних цінах (дол. США)

чинено війною на сході України та військовою агресією РФ. США, Європа та Азія дещо зменшили свої витрати на оборону відносно ВВП.

Варто зазначити, що значну частку в загальних витратах на оборону займає у США та РФ відносно державних витрат – 14,4% і 17,5% у 2016 р. відповідно. Відносно ВВП значну частку займають у Саудівській Аравії, наприклад у 2016 р. цей показник сягав 10,4% витрат від ВВП.

Однозначно, що на військово-промислову політику також впливає кількість збройних сил, тобто армія (рис. 4).

Проаналізувавши рис. 4, можна відзначити, що найбільша армія у Китаї, також велика кількість збройних сил у США та РФ у 2016 р. – 1 347 300 та 1 490 000 осіб відповідно. Ці країни мають значний вплив на ситуацію у світі, а також становлять загрозу мирному становищу, хоча

США та Китай дещо скорочують кількість збройних сил. Наприклад, у Китаї в 2016 р. порівняно з 2000 р. кількість збройних сил скоротилася на 1 067 000 осіб. РФ, своєю чергою, навпаки, збільшує збройні сили: у 2016 р. порівняно з 2000 р. кількість збройних сил збільшилася на 62 900 осіб, що становить значну загрозу країнам-сусідам, зокрема й Україні.

Велике значення для кількості збройних сил має загальна кількість населення у країні. Результати проведеного порівняльного аналізу кількості збройних сил до працездатності населення представлено на рис. 5.

Здійснивши порівняльний аналіз кількості збройних сил до працездатного населення, варто зазначити, що Китай утратив лідируючі позиції, оскільки понад 2 млн. осіб в армії на загальну кількість жителів не становлять реальної загрози, оскільки не вказують на воєнну орієнтацію країни.

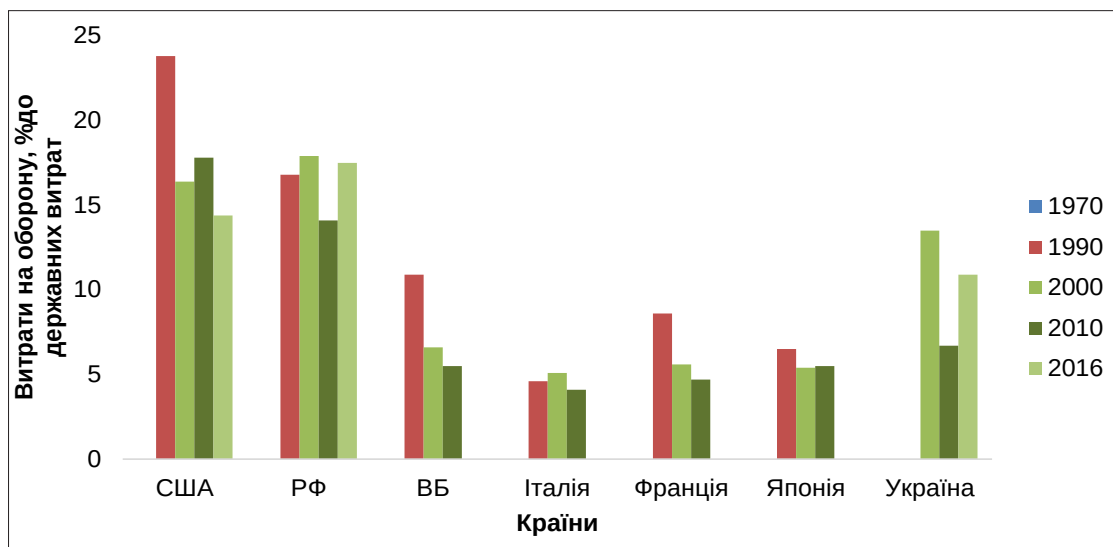


Рис. 2. Витрати на оборону, % до державних витрат

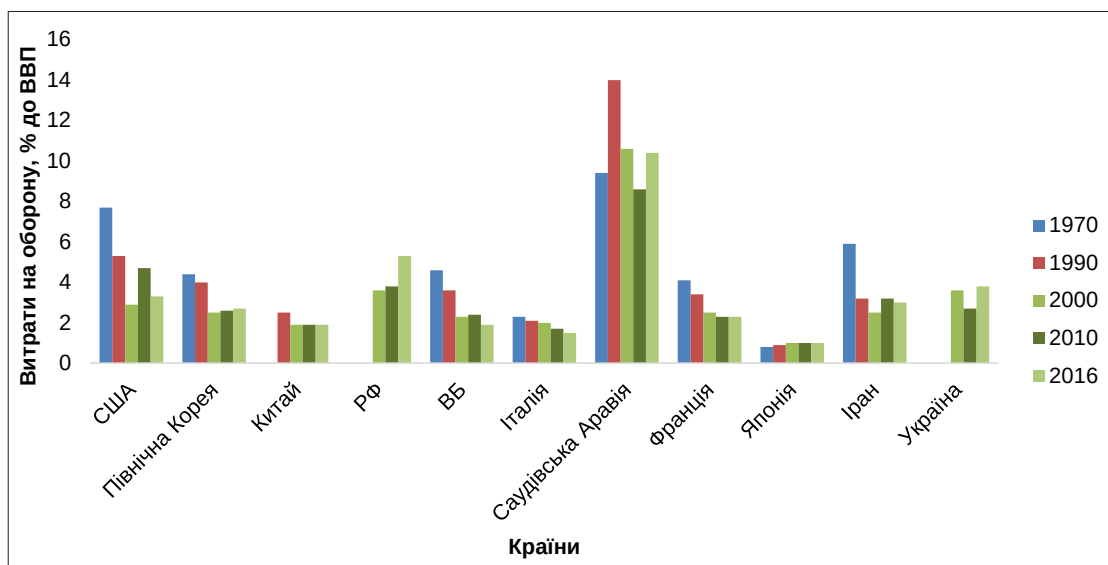


Рис. 3. Витрати на оборону, % до ВВП

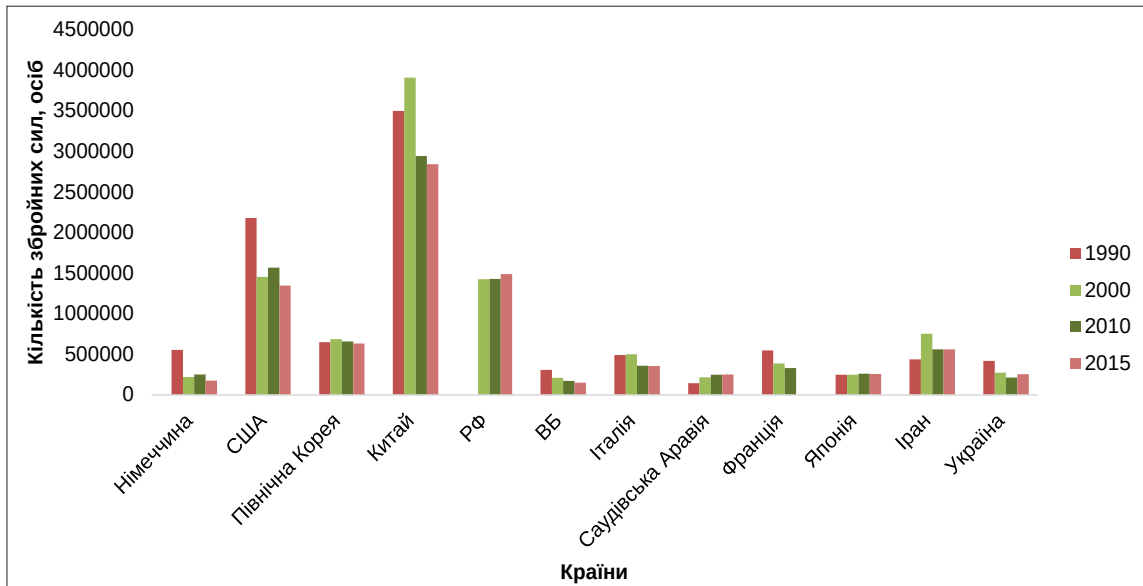


Рис. 4. Кількість збройних сил

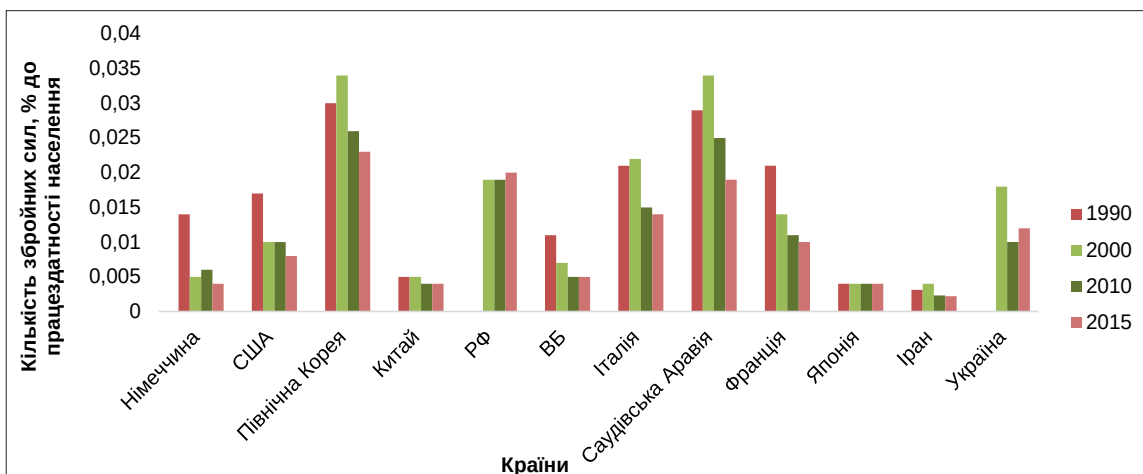


Рис. 5. Кількість збройних сил, % до працездатного населення

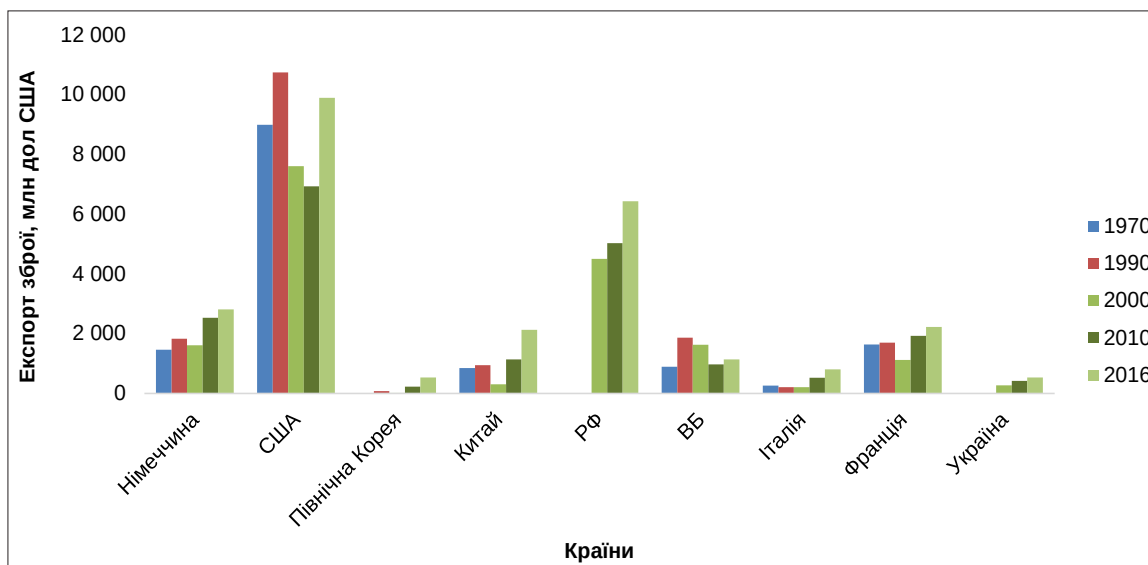


Рис. 6. Експорт зброї досліджуваних країн за період із 1970 по 2016 р.

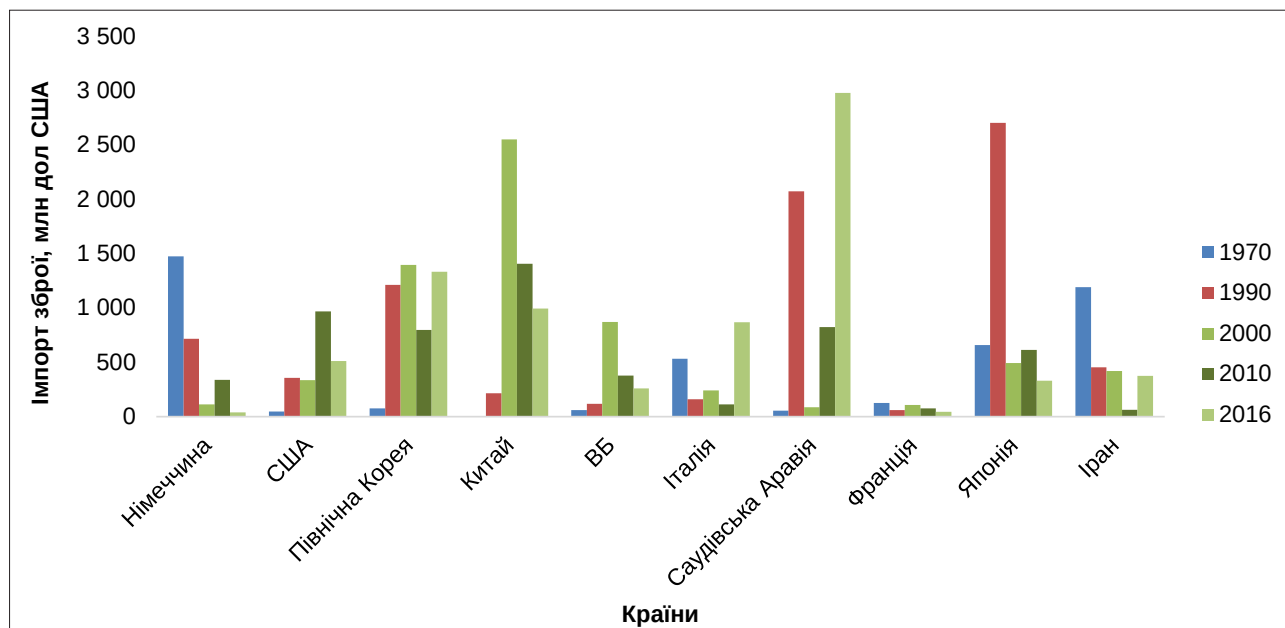


Рис. 7. Імпорт зброї досліджуваних країн за період із 1970 по 2016 р.

Реальну загрозу становлять Північна Корея та Саудівська Аравія, тому що спрямовують свої сили на розвиток армії. Наприклад, у 2016 р. в Північній Кореї цей показник становив 2,3%, в Ірані – 2,2%, Саудівській Аравії – 1,9%, РФ – 2%, а в Китаї та Німеччині – по 0,4%. В Україні цей показник становить 1,2%.

Ще одним важливим показником військово-промислової політики є експорт та імпорт зброї (рис. 6, 7).

Проаналізувавши показники експорту зброї, тенденція зміни свідчить про те, що починаючи з 1970 р. він значно збільшується по всіх країнах. Наприклад, у Китаї експорт зброї в 2016 р. відносно 2000 р. зріс на 1 837 млн. дол. США, у РФ – на 1 257 млн. дол. США, в Україні – на 236 млн. дол. США. У США ситуація досить неоднозначна: у 1990 р. відносно 1970 р. експорт зріс на 1 755 млн. дол. США, а до 2005 р. – знизився на 3 951 млн. дол. США. За останні три роки експорт зброї у США вийшов майже на той же рівень, що і в 1980-х роках.

Проаналізувавши рис. 7, можна зробити висновки, що в 2016 р. порівняно з 2005 р. збільшили імпорт зброї Саудівська Аравія та Італія. У Саудівській Аравії цей показник зріс на 2 812 млн. дол. США, а в Італії – на 627 млн. дол. США. За відсутності даних неможливо проаналізувати імпорт зброї в Україні та РФ. Решта на відміну від експорту зменшили кількість імпорту. В Японії цей показник у 2016 р. відносно 2005 р. зменшився на 68 млн. дол. США, у Саудівській Аравії – на 2 812 млн. дол. США.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Аналіз усіх показників дав змогу зробити висновки, що є очевидні лідери за певними показни-

ками, тому роззброєння, яке зараз пропагують у світі, сприяє тому, що всі країни знаходяться майже на одному рівні, лише деякі їх очевидно випереджають і становлять значну загрозу. Різноманітні санкції не стимулюють країн-агресорів до зменшення кількості збройних сил і, відповідно, до військових витрат. Значну загрозу становлять Російська Федерація, Північна Корея та США. Саме тому для зменшення ризиків війни необхідно:

- за допомогою міжнародних організацій і фондів стимулювати урівноваження озброєння між країнами світу та витратами на оборону;
- урівноваження показника збройних сил, тобто щоб у всіх країнах світу він був майже на однаковому рівні у відсотковому співвідношенні до кількості працездатного населення;
- уведення нової програми в міжнародних організаціях, яка не буде пропагувати зменшення озброєння, оскільки це допоможе знизити загрозу від країн-агресорів та наростити сили кожної країни.

Дана тема є досить актуальною, тому варто досліджувати загальні світові тенденції до розвитку озброєння у подальшому, оскільки це дасть можливість передбачити війну та уникнути її виникнення за допомогою шляхів зниження загроз війни.

Отже, можна зробити висновок, що світові тенденції до роззброєння не забезпечують та не гарантують миру, а, навпаки, наростає загроза війни з боку країн-агресорів. Слід урівноважити озброєння між усіма країнами та зменшити відставання країн у військовій техніці та збройних силах, що дасть можливість зменшити вірогідність нападу з боку країн-агресорів і тим самим знизити ризик війни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дудко І.Д. Нестационарність постбіполярної системи міжнародних відносин. URL: nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum.
2. Про створення та виробництво озброєння, військової і спеціальної техніки: Закон України від 12 грудня 2017 р. Відомості Верховної Ради України. 2018. 17 с.
3. Міністерство оборони України. URL: <http://www.mil.gov.ua/ministry/struktura-aparatu-ministerstva/czentralnij-naukovo-doslidnij-institut-ozbroennya-ta-vijskovoї-tehniki-zbrojnih-sil-ukraini.html>.
4. Потехін О., Тодоров І. Мала енциклопедія міжнародної безпеки. К.: Європ. ун-т, 2012. 367 с.
5. Світовий атлас даних. URL: <https://knoema.ru/atlas/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F>.
6. Які країни мають ядерну зброю і скільки. URL : https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2012/03/120326_nuclear_weapons_it.

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЖИТЛОМ НАСЕЛЕННЯ

STRUCTURAL ELEMENTS OF THE MECHANISM FOR IMPLEMENTATION OF SOCIAL POLICY IN PROVIDING POPULATION HOUSES

Піщик О.В.

аспірант,

Хмельницький національний університет

У статті розглянуто проблему забезпечення населення житлом, описано напрями соціальної політики держави. Представлено характеристики державних соціальних програм забезпечення населення житлом. Запропоновано елементи механізму соціальної політики у забезпеченні житлом населення як на державному, так і на регіональному рівнях.

Ключові слова: житло, забезпеченість житлом населення, соціальна політика, державні програми забезпечення житлом, механізм.

В статье рассмотрена проблема обеспечения населения жильем, описаны направления социальной политики государства. Представлены характеристики государственных социальных программ обеспечения населения жильем. Предложены элементы механизма социальной политики в обеспечении жильем населения как на государственном, так и на региональном уровнях.

Ключевые слова: жилье, обеспеченность жильем населения, социальная политика, государственные программы обеспечения жильем, механизм.

The article deals with the problem of providing housing to the population, describes directions of social policy of the state. The characteristics of state social programs for providing housing to the population are presented. The elements of the mechanism of social policy in provision of housing for the population at both the state and regional levels are proposed.

Key words: housing, housing provision, social policy, state housing programs, mechanism.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ринкова економіка не може існувати та ефективно функціонувати без відповідного державного регулювання. Основна ціль такого регулювання – збереження інтересів суспільства у цілому, і насамперед соціально вразливих верств населення.

Житлова сфера є важливою складовою частиною економіки України, яка суттєво впливає на всі галузі господарства. При цьому ситуація у країні із забезпеченням громадян житлом не може бути визначена як задовільна на тлі відповідних показників європейських держав. Низький рівень доходів значної кількості населення не відповідає вартості спорудження житла і не дає надії на вирішення своїх житлових проблем у сучасних умовах.

Таким чином, питання забезпечення населення житлом сьогодні залишається актуальним, соціально та економічно привабливим і перспективним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідженню проблем житлової політики присвячено праці зарубіжних учених, таких як М. Браун, Т. Ганслі та ін. Теоретичні засади розвитку іпотечного кредитування житлового будівництва, критеріїв оцінки доступності житла, державної політики в житловій сфері розглянуто в працях А. Асаула, А. Гойко, М. Головатого, О. Євтуха, Ю. Манцевича, В. Омельчука, К. Паливоди, С. Приходько, С. Ушацького та ін.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – проаналізувати сучасний стан державних програм забезпечення житлом населення та запропонувати елементи механізму реалізації соціальної політики забезпечення житлом населення у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Необхідність реалізації

конституційного права кожного громадянина України на житло, підвищення рівня забезпечення громадян, які потребують поліпшення житлових умов, відповідно до законодавства, можливо шляхом запровадження нового ефективного механізму державної соціальної політики у сфері забезпечення житлом населення. Сьогодні актуальними є стимуляція житлового будівництва, у тому числі орендного житла, впровадження сучасних методів розподілу соціального житла, підвищення платоспроможності населення, знаходження нових джерел фінансування як будівництва, так і соціальних житлових програм.

Більшість українців не влаштовують наявні житлові умови і за можливості вони хотіли б їх поліпшити: придбати власне житло замість орендованого, замінити однокімнатну квартиру на більшу за площею, переїхати від батьків або поміняти «хрущовку» на новобудову. За статистикою близько 50% населення в Україні живе в перенаселеному житлі. Крім того, практично половина всього житлового фонду вже застаріла морально чи фізично, й якісного житла недостатньо. Всього житловий фонд в Україні налічує близько 990 млн. кв. м. Тобто в середньому на одного українця припадає 23,3 кв. м загальної площі, тоді як у Німеччині рівень забезпечення громадян житлом становить 41 кв. м, у Великобританії – 44 кв. м [1].

У країнах Європейського Союзу для забезпечення комфортності міст однаково важлива роль відводиться як політиці соціально-економічного розвитку та міського планування, так і політиці доступного житла для населення. Крім того, якісне та доступне житло є одним із критеріїв підвищення привабливості міст для постійного проживання, оскільки саме його наявність є передумовою для стійкого та комфортного стилю життя.

В Україні існує своєрідний еквівалент політики доступного житла, яка має місце у країнах Європейського Союзу.

Одним із можливих механізмів забезпечення громадян житлом є запровадження місцевих житлових програм спільно з Державним фондом сприяння молодіжному житловому будівництву. Сьогодні в Україні поряд із державними діють близько 130 регіональних житлових програм. Вони передбачають такі механізми, як надання пільгових довготермінових кредитів молоді та іншим категоріям населення на будівництво і придбання житла та надання державної підтримки на ці цілі [2].

Із залученням державних коштів в Україні реалізуються затверджені урядом спеціальні програми забезпечення житлом окремих категорій громадян, що потребують поліпшення житлових умов відповідно до законодавства, зокрема молоді – за Державною програмою забезпечення молоді житлом. Метою є вирішення питання забезпечення житлом грома-

дян, які не мають права на отримання житла з житлового фонду соціального призначення, але залишаються такими, що потребують поліпшення житлових умов відповідно до законодавства. Це є вирішенням питання забезпечення населення України житлом належної якості шляхом розроблення дієвих інвестиційних механізмів доступних цін, які забезпечують формування платоспроможного покупця, а також реалізації дієвих традиційних механізмів будівництва.

Більшість молодих сімей не має можливості отримати доступ на ринок житла без бюджетної підтримки, тому проблема забезпечення молодих сімей житлом є дуже гострою в Україні. Оптимальними способами розв'язання проблеми є зниження вартості житла та надання громадянам державної підтримки на його будівництво (придбання), встановлення нижчих порівняно з ринковими відсоткових ставок на будівництво (придбання) житла. При цьому передбачається здійснення поступового переходу від безоплатного надання житла громадянам до його придбання за рахунок власних коштів за умови надання державної підтримки.

Таким чином, оптимальна стратегія держави на ринку житла полягає у створенні максимально сприятливих умов життя для соціально й економічно активних прошарків населення, сприянні формуванню середнього класу з одночасною підтримкою соціально незахищеної частини населення [3].

Перш за все потрібно визначитися з категоріями громадян, що потребують першочергового забезпечення житлом (табл. 1).

Станом на початок 2018 р. в черзі на отримання квартири перебуває 46,3 тис. сімей військовослужбовців. І тисячі з них чекають свого житла понад 20 років. За словами нинішнього міністра оборони, чисельність Збройних сил України нині становить близько 255 тис. осіб.

11 травня 2016 р. Комітет Верховної Ради України з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства одногосно ухвалив, підтримав та запропонував включити до порядку денного поточної сесії парламенту, а також прийняти в першому читанні проект закону про відшкодування збитків за зруйноване (знищене) або пошкоджене приватне житло особам, приватне житло або приватні домогосподарства яких були пошкоджені (зруйновані) під час проведення антитерористичної операції (№ 4301).

Вдосконалення системи пільг та розвиток різних умов і видів пільгового молодіжного житлового кредитування, надання цільової фінансової підтримки учасникам АТО та ВПО дасть змогу інвестиційному ресурсу держави забезпечити житлом ці категорії громадян, які, згідно із законодавством, потребують поліпшення житлових умов. Закон про забезпечення прав ВПО говорить, що держава сприяє

поверненню громадян на території, тому велика увага має бути приділена потребам тих, хто бажає повертатися на рідні землі або хто буде забезпечуватися постійним житлом. Для цих громадян розробляється законопроект про соціальне житло. І хоча розроблення механізмів компенсації та відшкодування – дуже тривалий процес, держава повинна прийняти комплексну програму щодо вирішення проблем переселенців.

В умовах ринкової трансформації економіки набувають актуальності питання фінансового забезпечення будівництва житла, зокрема в Україні, що зумовлено довгим періодом існування соціалістичної економіки, коли на державу майже цілком було покладено функції забезпечення населення житлом. Відповідно до цього, у бюджеті формувалися певні кошти на фінансування будівництва житла. Слід зауважити, що в ринкових умовах воно не може мати свого логічного продовження, тому необхідно формувати нові механізми фінансування житлового будівництва. Одним із видів фінансового забезпечення житлового будівництва може стати довгострокове кредитування, або іпотека [4].

Розв'язання проблеми підвищення доступного житла визначає необхідність розвитку системи іпотечного житлового кредитування. Для цього нагальним є формування організаційно-фінансової схеми, яка дасть змогу скоординувати за термінами інвестиційно-житлові цикли та обсяги їх фінансово-кредитного забезпечення. Такий підхід являє собою сукупність механізмів, які забезпечують узгоджений розвиток ринку житла, ринку іпотечних кредитів і ринку іпотечних цінних паперів у спосіб [5]:

– збільшення пропозиції на ринку житла за рахунок активації інвестиційної діяльності в будівництві;

– збільшення платоспроможного попиту через банківське іпотечне житлове кредитування;

– створення надійних систем накопичення коштів населення на придбання житла;

– зменшення ризиків іпотечного кредитування.

Законом передбачена також державна підтримка у забезпеченні населення доступним житлом, що полягає у наданні пільгового іпотечного житлового кредиту. Зокрема, такі пільгові іпотечні кредити надаються з процентною ставкою у розмірі облікової ставки Національного банку України плюс 2%, а в разі надання кредитів за рахунок бюджетних коштів фінансовою установою – виконавцем державної цільової програми будівництва (придбання) доступного житла – у розмірі 3% річних.

Державна підтримка у розмірі 50% вартості будівництва (придбання) доступного житла та/або пільгового іпотечного житлового кредиту особам, на яких поширюється дія пунктів 19 і 20 частини першої статті 6 та абзаців четвертого, шостого і восьмого пункту 1 статті 10 Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту», буде надаватися у межах коштів, передбачених Законом України про державний бюджет України на відповідний рік на виконання Державної цільової соціально-економічної програми будівництва (придбання) доступного житла.

Сутність програми здешевлення вартості іпотечних кредитів полягає у здешевленні іпотеки для громадян, які потребують поліпшення житлових умов, шляхом відшкодування державою частини відсотків за банківськими кредитами, отриманими на будівництво чи придбання житла в новобудовах. Тобто людина, яка стала учасником цієї програми, має можливість отримати іпотечний кредит у банківській установі, під час сплати відсотків за яким

Таблиця 1

Категорія громадян, що потребують першочергового забезпечення житлом

Категорія громадян, що потребують забезпечення житлом	Молоді сім'ї та одинокі молоді громадяни
	Військовослужбовці, особи рядового та начальницького складу органів внутрішніх справ та служби цивільного захисту, особи начальницького складу фельд'єгерської служби, Департаменту МВС із питань виконання покарань, посадові особи митної служби, прирівняні до них особи, інші службові особи та члени їх сімей
	Судді апеляційних та місцевих судів
	Інваліди
	Молоді вчені Національної академії наук
	Вчені інших вікових категорій та працівники Національної академії наук
	Державні службовці
	Науково-педагогічні та педагогічні працівники
	Громадяни, що потребують поліпшення житлових умов, не мають або втратили право на соціальне житло у зв'язку з підвищенням рівня доходів
	Молоді спеціалісти державних підприємств космічної галузі
	Учасники АТО та члени їх сімей
Внутрішньо переміщені особи (ВПО)	



Рис. 1. Напрями забезпечення населення України житлом за різними категоріями громадян

йому реально треба буде платити 3% річних, решту компенсуватиме держава. Термін такого кредитування та часткової компенсації – до 15 років із моменту укладення договору, відсоткова ставка – не більше 16%, обов'язковий власний внесок позичальника визначається внутрішніми правилами банків, але не більше 25% від суми кредиту.

Отже, нині необхідні нормативно-правове вдосконалення наявного механізму пільгового довгострокового кредитування будівництва (реконструкції) і придбання житла для молодих сімей та одиноких молодих громадян, а також механізму залучення у молодіжне житлове будівництво інвестицій; зменшення вартості будівництва житла для молоді; встановлення під час розрахунку розміру пільгового кредиту молоді, що надається за рахунок коштів державного бюджету, нормативної площі в розмірі 21 кв. м загальної площі житла на одну особу та додатково 10,5 кв. м на сім'ю, для багатодітних сімей, молодих спеціалістів, що працюють у селах і селищах та які уклали трудовий договір із підприємствами, установами та організаціями, що розташовані у таких населених пунктах, – 20 кв. м на сім'ю; розвиток різних форм участі молоді в організації будівництва (придбання) житла.

Пріоритетами у забезпеченні населення України житлом мають стати:

- надання за рахунок державного житлового фонду на умовах оренди соціального житла громадянам, які потребують соціального захисту з боку держави;

- вдосконалення умов для придбання і спорудження житла для молодих сімей, одиноких молодих громадян, сільських жителів, військовослужбовців;

- створення умов для можливості отримати житло громадянам із середнім рівнем доходу.

Механізм передбачає для громадян, що потребують поліпшення житлових умов, можливість отримати кредит на пільгових умовах у банку.

Скористатися цією програмою можуть громадяни без будь-яких вікових обмежень, а саме:

- громадяни, які на підставі Житлового кодексу перебувають на квартирному обліку;

- громадяни, які забезпечені за місцем проживання, зареєстрованим в установленому порядку, житловою площею, що не перевищує 9 кв. м на одного члена сім'ї, або проживають (зареєстровані в установленому порядку у гуртожитку).

Державна іпотечна установа забезпечує доступність іпотечних житлових кредитів, що надаватимуться кредиторам відповідно до наявних фінансово-інвестиційних механізмів державної підтримки будівництва (придбання) доступного житла, зокрема за рахунок гаран-

тованих державою запозичень із постійним удосконаленням цих механізмів.

Напрями забезпечення житлом населення за різними категоріями громадян представлені на рис. 1.

В умовах підвищення тарифів діятимуть Програма житлових субсидій та механізм компенсації додаткових витрат на оплату послуг ЖКГ.

Механізм надання субсидій для населення необхідно реформувати так, щоб ця система мотивувала споживачів підвищувати енергоефективність власного житла і знижувати обсяги споживання газу. Основні засади організаційних, господарських відносин, що виникають у сфері надання та споживання житлових та комунальних послуг, визначаються Законом України «Про житлово-комунальні послуги».

На регіональному рівні має бути розроблена концепція регіональної державної житлової політики. Основною метою державної житлової політики є задоволення основних житлових потреб населення територій шляхом створення механізму функціонування збалансованого ринку житла й розподілу відповідальності між його учасниками, підвищення якості житлово-комунальних послуг [6]. Для досягнення цієї мети з урахуванням основних положень Житлового кодексу України потрібне уточнення концепції щодо окремих блоків питань, а також конкретизація напрямів обласної державної житлової політики.

Побудова механізму соціальної політики у сфері забезпечення населення житлом створює необхідні передумови для того, щоб керівники різних рівнів управління чітко уявляли майбутнє свого регіону та розвивали його стратегічні можливості [7]. При цьому, можна прослідкувати взаємозв'язок та взаємодію організаційного та економічного складників механізму. Економічний складник, насамперед, буде характеризуватися цільовою спрямованістю, оскільки метою формування стратегічного потенціалу є досягнення певних соціальних цілей у діяльності регіону.

Забезпеченість населення житлом визначає рівень і якість життя, стан ринку праці, ступінь свободи людини. Водночас більшість громадян України сьогодні не може дозволити собі поліпшити житлові умови. Зберігається черга на отримання житла з числа громадян, перед якими держава має зобов'язання. Через недостатні обсяги будівництва на ринку житла зберігаються недостатня пропозиція і занадто високі для більшості населення ціни. Безперервно збільшуються обсяги старого та аварійного житла, що ставить під загрозу життя і здоров'я людей. Незважаючи на низьку якість надаваних населенню житлово-комунальних послуг, ціни на них безперервно зростають.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.



Рис. 2. Шляхи досягнення мети соціальної політики у сфері забезпечення житлом населення

Таким чином, механізм реалізації соціальної політики забезпечення населення житлом дасть змогу реалізувати право громадян на житло, сформуванати комфортне середовище проживання, підвищити технічний, економічний та організаційний рівень житлового будівництва, створити умови стосовно доступності

будівництва (придбання) житла для громадян, які потребують поліпшення житлових умов, скоротити строк перебування громадян на квартирному обліку та збільшити частку громадян, які вирішують своє житлове питання, створити умови для стабільної роботи підприємств будівельної галузі та збереження робочих місць.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Більше 80% українців не влаштовують існуючі житлові умови. URL: <http://profbuild.in.ua/ru/novosti/671-bilshe-80-ukrajintsiv-ne-vlashtovuyut-isnuyuchi-zhitlovi-umovi>.
2. Асоціація міст України – за розвиток місцевих житлових програм. URL: <https://auc.org.ua/novyna/asociaciya-mist-ukrayiny-za-rozvytok-miscevyh-zhytlovyh-program>.
3. Пинда Ю.В. Організаційно-економічне забезпечення конкурентоспроможності будівельного комплексу регіону: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. 2009
4. Ярова Л.Ю. Іпотечний механізм фінансування житлового будівництва. URL: http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20913.doc.htm.
5. Павлов К.В. Підвищення доступності житлових кредитних ресурсів. URL: http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10689/1/probl_rats19_3.pdf.
6. Про встановлення державних соціальних стандартів у сфері житлово-комунального обслуговування: Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 409. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/409-2014-%D0%BF>.
7. Ушацький С.А., Сердюк А.В. Організаційно-економічні основи формування та розвитку ринку доступного житла: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2011. 176 с.

ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ І РІШЕННЯ У ЛОГІСТИЦІ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

PROBLEMS AND SOLUTIONS IN TRANSPORT LOGISTICS ON THE TERRITORY OF UKRAINE

Добровольський В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Поясок А.І.

студентка,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

У статті досліджено особливості функціонування та роботи транспортної логістики на території України. Розглянуто стан, тенденції та способи вирішення проблем залізничних перевезень гірничо-металургійної продукції. Виявлено низку факторів, що перешкоджають та негативно впливають на роботу залізничних перевезень. Надано методичні рекомендації стосовно налаштування логістики в Україні.

Ключові слова: логістика, залізничні перевезення, гірничо-металургійна продукція, сировина, договори, вантажопотік, економічна криза, сталь, виробники.

В статье исследованы особенности функционирования транспортной логистики на территории Украины. Рассмотрены состояние, тенденции, проблемы и способы решения железнодорожных перевозок горно-металлургической продукции. Выявлен ряд факторов, что препятствуют и отрицательно влияют на работу железнодорожных перевозок. Даны методические рекомендации по настройке логистики в Украине.

Ключевые слова: логистика, железнодорожные перевозки, горно-металлургическая продукция, договоры, грузопоток, экономический кризис, сталь, производители.

The article deals with the peculiarities of the operation of transport logistics in the territory of Ukraine. The trends, problems and ways of solving railway transport of mining and metallurgical products are considered. The low factors that hinder and negatively influence the work of rail transportation are revealed. Provided guidance on setting up logistics in Ukraine.

Key words: logistics, railway transportation, mining and metallurgical products, contracts, cargo flow, economic crisis, steel, manufacturers.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах економічної кризи на території Донецької області залізниця стала неспроможною забезпечити своєчасне постачання необхідної сировини та відвантаження готової продукції. Через обстріли в зоні АТО виходить з ладу обладнання, що призводить до порушень робочого процесу. Найбільша в Україні гірничо-металургійна група «Метінвест» нині забезпечена власною продукцією лише на 40%, решту доводиться купувати в інших країнах. Більшість заводів і цехів продовжує свою роботу, але не в такому обсязі, як раніше, що істотно відбивається на прибутку підприємства, а також контрактах зі споживачами. Крім того, робітники підприємств, виходячи на роботу, щодня ризикують своїм життям.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблема розвитку транспортної логістики в Україні зацікавила багатьох дослідників. Публікації щодо залізничної галузі, в яких йдеться про вирішення проблеми, засвідчує, що цим питанням займалися такі вчені, як: М.О. Устенко [1], В.Л. Дикань [2], Л.Г. Зайончик [3] та ін. Ця тема дослідження є досить актуальною.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – проаналізувати стан та проблеми роботи залізничних перевезень на території України та виявити найбільш перспективні рішення щодо відновлення робочого циклу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових

результатів. Нині система залізничних перевезень в Україні знаходиться не в найкращому становищі і має низку певних проблем. Транспортна логістика являє собою систему організації доставки, а саме відповідає за перевезення будь-яких товарів з однієї точки в іншу за оптимальним маршрутом і з мінімальними витратами. Транспортна логістика є однією з найважливіших сфер діяльності підприємства, без неї не зможе обійтися жодна ланка в економічних процесах. Транспорт у системі логістики відіграє подвійну роль: по-перше, він є складником або компонентом основних функціональних галузей логістики (закупівельної, виробничої, розподільчої); по-друге, є однією з галузей економіки, де також розвивається підприємницька діяльність, тобто пропонує на ринку товарів і послуг свою продукцію – транспортні послуги, за які отримує доходи і має прибуток.

Для доставки товарів застосовуються такі види транспортування, як:

- повітряний: літаки, гелікоптери;
- наземний: трубопровідний, залізничний, автомобільний.

Розглянемо проблеми залізничних перевезень компанії «Метінвест». Це міжнародне вертикально інтегроване гірничо-металургійне підприємство, найкрупніша в Україні гірничо-металургійна група. Компанія здійснює єдине управління підприємствами вугільної, гірничорудної, коксохімічної, металургійної та трубної галузей, що знаходяться під контролем компанії «Систем Кепітал Менеджмент». Головна проблема компанії «Метінвест» насамперед пов'язана з економічною кризою в країні. Під час бойових дій більшість станцій, через які зазвичай проводився вантажопотік, припинила свою роботу, а саме: Горлівка, Луганськ, Дебальцево, Авдіївка – Донецьк; Авдіївка – Ясинувата; Очеретине – Горлівка.

Зниження обсягів виробництва на підприємстві, логістичні обмеження щодо відвантаження

сировини значно погіршили як прибуток, так і рентабельність. У 1 півріччі 2015 р. прибуток «Метінвеста» в Україні скоротився майже вдвічі до АППГ, до \$741 млн. Для аналізу обсягів виробництва залізородної продукції були взяті дані на основі таблиці з офіційного сайту компанії [4].

Продаж залізородної продукції в Україні знизився, оскільки низка ключових клієнтів «Метінвеста» значно зменшила обсяги виробництва внаслідок ескалації конфлікту в другій половині 2014 р. У результаті частка продажів в Україні скоротилася на 4 п. п. порівняно з аналогічним періодом минулого року, до 20% від консолідованої виручки.

На жаль, найбільші виробники сталі – Єнакіївський металургійний завод та вугільне об'єднання «Краснодонвугілля» – сьогодні знаходяться у зоні АТО, і саме цей фактор становить перешкоду для компанії в можливості користування власною сировиною [5]. Бойові дії в Донецькій області призвели до зниження завантаження комбінату «Донецьксталь», а також Єнакіївського металургійного заводу. На українському ринку склався серйозний дефіцит коксованого вугілля. Через це компанія витрачає великі кошти на закупівлю сировини на ринках США, Австралії та Канади. Виникають складності у металургійних комбінатах, збільшується собівартість металопродукції. Ще одним негативним фактором, через який підприємство не може забезпечити себе належним відсотком сировини, є руйнування залізничного шляху.

Заводи в зоні АТО не припиняють свою виробничу діяльність, але більшість контрактів анульовано, стрімко знизився обсяг виготовленої продукції. Через нестабільну ситуацію у країні стало неможливо працювати з Донецькою областю. Значно скорочуються робочі місця, тому для вирішення проблеми один із комбінатів компанії «Метінвест», а саме ЦГЗК, займається пошуком нових споживачів, з якими можна укласти договір. Сьогодні укладено дого-

Таблиця 1

Обсяги виробництва компанії «Метінвест»

Продаж	ІП 2014		ІП2015		Зміни		
	US\$ млн.	% від приб.	US\$ млн.	% від приб.	US\$ млн.	%	пп від приб.
Разом	3650	100%	6 023	100%	- 2 373	-39%	0
Україна	741	20%	1 455	24%	-714	-49	-4
Європа	1 256	34%	1 628	27%	-372	-23	7
Ближній Схід і Північна Африка	725	20%	1 163	19%	-478	-38	1
СНГ (крім України)	281	8%	544	9%	-263	-48	-1
в т.ч. Росія	189	5%	380	6%	-192	-50	-1
Південно - Східна Азія	527	14%	933	15%	-407	-44	-1
Північна Америка	89	2%	212	4%	-124	-58	-1
Інші регіони	32	1%	88	1%	-55	-63	-1

вір із Китаєм, незважаючи на високу конкуренцію з боку Індії та Туреччини. Центральний гірничо-збагачувальний комбінат виграв тендер на постачання своєї продукції. Висока якість товарів дала змогу укласти договір на три роки і тим самим забезпечити роботу.

Металургійні комбінати в Маріуполі не можуть вийти на стовідсоткове завантаження виробничих потужностей, і причина такого становища не тільки економічна криза, а й нестача грошових коштів у компанії.

До низки негативних факторів стосовно залізничних перевезень слід віднести:

– простій залізничних вагонів: на транспортування і доставку товарів встановлюється конкретний час у договорах, якщо втрачається час на навантаження вагонів та затримання продукції в дорозі, з даною компанією анулюють контракт; простій вагонів почне призводити до штрафів, які підприємство повинно сплатити залізничній дільниці;

– несвоєчасну поставку вагонів, що призведе до зриву строків поставки готової продукції по договорах та штрафним санкціям із боку потенційних споживачів;

– некоректне оформлення документації, що призведе до затримання продукції на митницях;

– несправні вагони, що призводить до втрати чи псування продукції під час транспортування;

– високі ціни на газ та вантажопотік, що призведе до збільшення цін на залізничні послуги;

– використання дизельного залізничного транспорту неефективне, доцільним буде

перехід на електротяги, це дасть змогу значно зменшити собівартість продукції за рахунок різниці ціни дизельного пального та електроенергії [6].

Альтернативою вирішення проблеми компанії «Метінвест» може стати включення у договорах із залізницею конкретних вимог стосовно поставки якісних залізничних вагонів та відновлення залізничного парку, а також у разі несвоєчасної поставки залізничних вагонів або неякісних виставляти штрафні санкції залізниці. Підприємствам концерну «Метінвест» слід переходити на електротягу. Стосовно вантажопотоку товарів у Донецьку область доцільно додати морську логістику. Шляхом морської логістики до порту Маріуполя матимуть змогу надходити кораблі з належною сировиною та продукцією для забезпечення робочого процесу на комбінатах компанії «Метінвест», а також для вивезення готової продукції на ринки зарубіжних країн. Для забезпечення зниження зайвих витрат підприємства слід використовувати відвантаження продукції за рахунок транспорту споживача.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проаналізувавши транспортну логістику на території України, можна зробити висновок, що даному підприємству необхідно:

– застосовувати різні види наземного і морського транспорту, щоб повністю забезпечити себе сировиною;

– застосовувати різні види транспорту, тоді компанія зможе своєчасно збувати готову продукцію.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Устенко М.О. Основні проблеми транспортної логістики. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 29. С. 2–5.
2. Дикань В.Л. Актуальность улучшения системы комбинированных перевозок в международной транспортной сети. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2006. № 13. С. 13–20.
3. Зайончик Л.Г. Транспортно-логістичні системи містоутворюючих підприємств: особливості формування і розвитку: тези доповідей; Національний транспортний університет. К., 2006.
4. Офіційний сайт компанії «Метінвест». URL: <https://www.metinvestholding.com/ru>.
5. Неруш Ю.М., Саркисов С.В. Транспортна логістика. М.: Юрайт, 2015. 351 с.
6. Міротіна Л.Б. Транспортна логістика і логістика транспорту. М.: МГАДІ(ТУ), 2013. 235 с.
7. Металургійні компанії України в умовах кризи. URL: <https://www.metalika.ua>.
8. Логістика: тренінг і практикум: навч. посіб. / Б.А. Анікін, В.М. Вайн, В.В. Водянова та ін. Москва, 2014.
9. Міжнародні аспекти логістики: навч. посіб. / В.І. Воронов, А.В. Воронов, В.А. Лазарєв, В.Г. Степанов. Владивосток: ВДУЕС, 2002. 168 с.
10. Бараш Ю.С. Управління залізничним транспортом України; 2-е вид., перероб. і доп. Дніпропетровськ: ДПТ, 2013. 259 с.

УДК: 005.96: 331.107

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОМАНДОБУДУВАННЯ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

TOPICAL ISSUES OF TEAM BUILDING AS EFFICIENT BUSINESS MANAGEMENT FACTOR

Романець І.В.

аспірант,
Запорізький національний університет

Маркова С.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
Запорізький національний університет

Головань О.О.

кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
Запорізький національний університет

У статті розглянуто проблеми командобудування у сучасному бізнес-середовищі. Визначено, що команда є основним елементом стратегії успішних суб'єктів господарювання. Основна увага кожної бізнес-одиниці може бути зосереджена на сервісі, якості, вартості, швидкості, ефективності, продуктивності, але команди залишаються центральними джерелом досягнення успіху більшості організацій у будь-якій сфері економіки. Розглянуто основні моделі командобудування. Визначено основні проблеми та перешкоди ефективного формуванню згуртованості персоналу як головної форми підвищення ефективності управлінської праці в бізнесі. Розглянуто взаємозалежність ефективно працюючої команди з факторами впливу (внутрішніми та зовнішніми) на їхню діяльність.

Ключові слова: персонал, команда, згуртованість, командобудування, місія, бізнес.

В статье рассмотрены проблемы командопостроения в современной бизнес-среде. Определено, что команда является основным элементом стратегии успешных субъектов хозяйствования. Основное внимание каждой бизнес-единицы может быть сосредоточено на сервисе, качестве, стоимости, скорости, эффективности, производительности, но команда остается центральными источником достижения успеха большинства организаций в любой сфере экономики. Рассмотрены основные модели командопостроения. Определены основные проблемы и препятствия эффективному формированию сплоченности персонала как главной формы повышения эффективности управленческого труда в бизнесе. Рассмотрена взаимозависимость эффективно работающей команды с факторами воздействия (внутренними и внешними) на их деятельность.

Ключевые слова: персонал, команда, сплоченность, командопостроение, миссия, бизнес.

The article deals with the issues of teambuilding in the modern business environment. The authors state that the team is the main element of successful business strategy. The focus of each business unit can be on service, quality, cost, speed, efficiency, productivity, but teams remain the central source of success for most organizations in any field of the economy. Determined the basic problems and obstacles of effective formation of staff cohesion as the main form of increasing the efficiency of managerial work in business. The authors examined the interdependence of the effective working team with the factors of influence (internal and external) on their activities.

Key words: personnel, team, cohesion, team building, mission, business.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ефективне функціонування кожного суб'єкта господарювання повинно мати чіткий вектор діяльності, спрямований на успіх.

Такий успіх лежить у площині вмінь та здібностей людей, які формують основний ресурс (фактор виробництва) – персонал компанії. Персонал – це основний фактор виробництва, який потрібно постійно вдосконалювати та надавати можливості

для розвитку. Безініціативний, демотивований працівник негативно впливає на діяльність компанії: не створюється якісний продукт праці (зниження рівня ВВП та НТП у країні, зростання імпорту); психологічне вигорання людини на роботі (збільшення захворювань, безробіття та негативних соціальних явищ у країні); відсутність згуртованості в колективі (зменшення ділової активності суб'єктів господарювання, зниження купівельної спроможності населення). Таким чином, люди компанії – це той ключовий ресурс, від якого залежать продуктивне функціонування та конкурентоспроможність підприємства й державні інтереси у цілому. Отже, функціонування конкурентоспроможного економічно ефективного підприємства прямо пропорційно залежить від створення згуртованої команди, яка готова працювати не тільки за фінансову винагороду, а й за загальну ідею та успіх усієї компанії. Одними із головних ознак сучасної команди є взаємовиручка, згуртованість, підтримка і водночас вимогливість до себе й інших. Експерти визначають, що найважливіший показник, який підтверджує, що колектив – це «команда» – хороший соціально-психологічний клімат, тобто такий стан у колективі, коли кожному його члену надаються оптимальні умови для реалізації його вмінь, здібностей, схильностей та бажань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблемні питання створення, формування та розвитку команд розглядалися у роботах зарубіжних учених: Дж. Адайра, М. Белбіна, Р. Лайкерта, Ч. Маргерісона і Д. МакКена, Е. Портера, Б. Такмена та ін. Наукові здобутки вітчизняних експертів із питань побудови ефективних працюючих команд можна зустріти у наукових працях Т. Базарової, Ю. Жукової, Г. Ложкина [1]. Розробленням та аналізом сучасних методів та інструментів, спрямованих на підвищення ефективності роботи колективу, займалися П. Друкер, Є. Маковоз [3], В. Журавльова, А. Шиян, О. Мороз [4], І. Волков. Отже, інтерес та важливість зазначеної теми є безперечними, але потребують детального аналізу проблеми та перешкоди, що не дають можливість створити умови для ефективної побудови команди, на прикладі структур вітчизняного бізнесу.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є обґрунтування та систематизація основних проблем та перешкод, які не дають можливість створити умови для ефективної побудови команди у середовищі вітчизняного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасному тлумаченні команда (від лат. *commando* – доручаю, наказую) – це об'єднання однодумців, які керуються спільною метою [2]. Так, П. Мучинські зауважує, що термін «команда» використовується у різних значеннях для опису такого виду економічних операцій, як

проекування, розроблення та продаж нової продукції, зниження витрат [3, с. 98]. В. Гайда вважає, що командою можуть бути різні групи: робітники, що здійснюють будівництво; студенти, що спільно виконують поставлене викладачем завдання; проектувальники нової будівлі тощо. Однак співробітники, які просто звітують перед керівництвом про різні завдання, не є командою. Також існує думка, що команда – це група людей із чітко регламентованим складом та диференціацією ролей між ними. При цьому суттєвим є те, що члени команди володіють уміннями, які доповнюють уміння інших учасників групи. Якщо будь-яке місце не зайнято потрібною людиною, це перешкоджає роботі всієї команди. Кожен у команді посідає те місце, яке відповідає його здібностям та можливостям, кожен відчуває себе значущим та незамінним, а це, як відомо, є найважливішою умовою задоволеності професійною діяльністю.

За об'єднання колективу підвищуються працездатність і залученість співробітників. У працівників підвищується інтерес до виконуваної роботи, повністю змінюється підхід до завдань, збільшується швидкість виконання проектів. У всіх теоріях ефективного управління давно відомо, що якщо кожному співробітнику зручно і психологічно легко працювати у своєму колективі, він буде набагато більше націлений на якісне виконання своїх функцій, а отже, компанія зможе швидко та якісно досягти запланованої стратегії [4].

Тож побудова команди – важлива та необхідна функція існування підприємства. Основні цілі командобудування визначено на рис. 1. Зазначимо, що кожна ціль взаємопов'язана та має вплив на інші.

Отже, створення сприятливих умов для ефективної роботи команди – складний та важливий етап функціонування бізнес-одиниць. Знання типу команди важливе для того, щоб допомогти вибрати, як спланувати роботу і що можна очікувати, тобто яким буде результат. У світовій практиці виділяють різні моделі команд (табл. 1) [5].

Підбираючи людей у команду, як правило, здійснюється вибір кандидатів виходячи з наявних у них навичок, знань і досвіду. Але для забезпечення ефективної діяльності команди важливі не тільки навички, знання і досвід, а й особисті якості та характеристики членів команди.

Вітчизняний досвід ефективного командобудування знаходиться на етапі становлення та пізнання, тому українським компаніям доречно орієнтуватися на іноземний досвід, методи та інструменти впливу на згуртованість колективу. Провівши аналіз основних проблем, які впливають на ефективну роботу команди, можна їх згрупувати так (табл. 2).

Отже, основними рішеннями проблем, які впливають на ефективну роботу команди, тісно пов'язані з проведенням бесід та тренінгів із людьми компанії.

Середовище міжнародного європейського бізнесу має значні доробки в напрямі командобу-


Почуття єдності, організованості і згуртованості колективу	Психологічне розвантаження співробітників	Створення комфортної атмосфери в робочому колективі
Розвиток поняття співпраці і здорової конкуренції		Підвищення продуктивності команди
Вироблення розуміння у робочому процесі		
Прищеплення командного духу	Створення і розвиток мотивації	Зміцнення авторитету топ-менеджменту на неофіційному рівні

Рис. 1. Сукупність основних цілей командобудування

Таблиця 1

Види моделей команд

Назва	Характеристика
1. Традиційна модель	Це група людей із традиційним лідером. Керівник команди також розділяє з її членами повноваження і відповідальність. Величина цієї відповідальності залежить від обсягу розглянутих питань, однак відповідальний за все традиційний керівник команди може дозволити іншим членам команди взяти на себе роль лідера.
2. Модель командного духу	Група людей, які працюють на одного керівника. Члени команди задоволені та натхненні від роботи, бо в команді існує командний дух, і все, здається, йде добре. Однак насправді це не зовсім команда, тому що завжди є одна людина, яка бере на себе виконання усіх справ. Окрім того, немає обміну владою або відповідальністю.
3. Модель переднього краю	Група людей, які управляють самі собою. У цій команді немає жодної людини, що має владу приймати будь-які рішення щодо питань, які вплинуть на всю групу. Це так звані самокоординовані робочі команди, де кожен має право та несе відповідальність за всі рішення, які приймаються.
4. Модель цільових завдань	Команда, яка збирається разом тільки на певний час для роботи над спеціальним проектом або завданням. Така команда традиційно називається цільовою групою, або проектною командою.
5. Модель кіберкоманди	У такій моделі члени команди зустрічаються один з одним дуже рідко. Вони відомі як кібер-, або віртуальні, команди. Ці команди відрізняються від інших тим, що команда повинна працювати разом для виконання поставлених цілей, але її члени можуть зустрітись тільки на початку свого проекту, обмін інформацією здійснюється через електронну пошту, телефон або відеоконференції.

Таблиця 2

Основні проблеми та рішення, які впливають на ефективну роботу команди

Проблеми	Характеристика	Рішення
Ієрархія	Дуже непродуктивно, коли звичайні працівники отримують розпорядження й накази, але не мають змоги висловити власну думку. Вони краще знають усі аспекти роботи, розуміють, як варто чинити, а як – ні.	Круглі столи, мозкові штурми
Страх	Часто колектив боїться лідера й зробити щось не так. Коли всюди суворий контроль, працівники не наважуються на експерименти, рідко пропонують власні ініціативи. А саме такі речі здатні зробити команду успішною.	Бесіди, тренінги, майстер-класи
Відсутність мети	Неможливо організувати та проводити тренінги з тимбилдингу, якщо команда не бачить перед собою мети. Кожен член команди повинен розуміти цінності компанії, кінцеву мету, кроки для її досягнення. Тоді з'явиться стимул ставати кращими.	Бесіди, тренінги, майстер-класи
Упередженість	«А ми завжди так робили», «а так заведено» – ці фрази блокують можливість розвитку команди. Люди починають із недовірою та підозрою ставитися до «не таких» колег, у колективі панує недоброзичлива атмосфера, де не сприймають зміни й немає змоги вільно висловлювати думку.	Бесіди, тренінги

дування, а саме тимбилдингу (teambuilding), – це спеціальні заходи корпоративного відпочинку, які спрямовані на згуртування колективу; широко використовується в останні роки у сфері бізнесу, комунікаційного та корпоративного

менеджменту. Саме слово походить від англійських слів team (команда) і building (побудова, утворення), тобто українською перекладається як «командоутворення», «командобудування». Тимбилдінг – це термін, що здебільшого викорис-

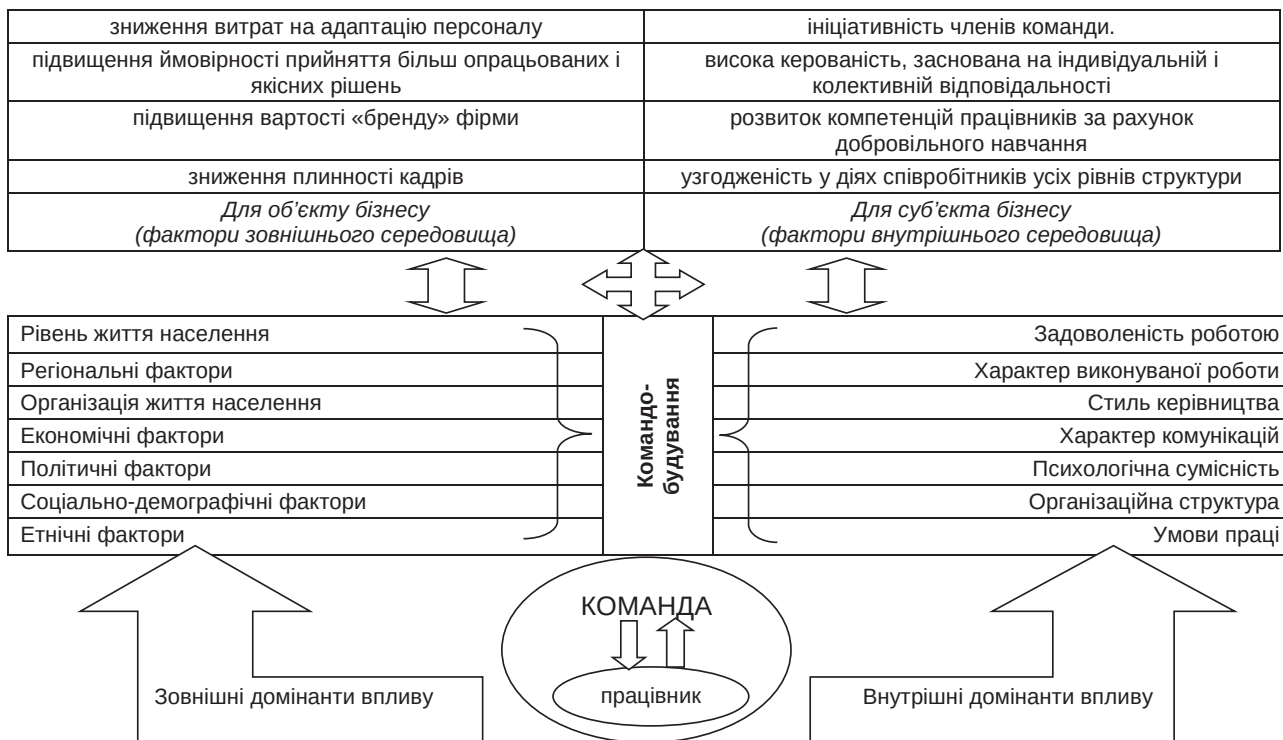


Рис. 2. Зовнішні та внутрішні домінанти впливу на формування командобудування

товується у бізнесі й спорті для опису сукупності процесів і технологій, спрямованих на поліпшення результатів роботи колективу [6].

Авторство тимблдингу належить військовим. Ще в 1950-х роках у Великобританії був презентований так званий «Мотузковий курс» – тренінг, покликаний забезпечити психологічну підготовку та командну сумісність військовослужбовців спецпідрозділів королівства. Курс виявився настільки вдалим, що його одразу взяли на озброєння «акули бізнесу» США. Маючи прикладний характер, цей тренінг міг вирішити головну проблему американського бізнесу – зростаючу конкуренцію з боку японців, ділова культура яких докорінно відрізнялася від американської й західноєвропейської. Японці, виховані в дусі колективізму й орієнтовані на командні дії, зуміли за короткий термін зробити величезний економічний стрибок – «японське диво», – чим поставили в глухий кут світове співтовариство. Це стало першим поштовхом, який допоміг усвідомити ефективність командного підходу до роботи [7]. Тімблдинг у більш вузькому сенсі розглядається як активний корпоративний відпочинок, спрямований на згуртування колективу чи команди [8]. У це поняття входять і корпоративні свята, і психологічні (ігрові) тренінги, що моделюють життя колективу, навчання його спільній активній діяльності, яка спрямована на: створення атмосфери неформального спілкування; безпосередньо побудову команди; вироблення командного духу та вміння працю-

вати в команді; виявлення лідерів; згуртування команди; психологічне розвантаження.

Побудова ефективної команди в сучасному бізнес-середовищі створює сприятливі умови для функціонування та подальшого економічно-соціального розвитку компанії (зовнішні детермінанти впливу) (рис. 2): підвищується зацікавленість у роботі, а отже, продуктивність праці, що призводить до збільшення кількісно-якісних показників діяльності бізнесу (збільшення обсягів виробничої програми); підвищення лояльності працівників до бреду бізнесу – збільшення неформальної реклами та популярності продукту праці; цікава та бажана робота – початок та активізація інноваційних розробок у компанії. Внутрішні домінанти впливу ефективності командобудування активізують ініціативність працівників; підвищують рівень бажання та якості виконання посадових обов'язків, рівень відповідальності; активізують згуртованість, добровільну взаємодопомогу між учасниками команди, яка працює у бізнес-структурі. Наслідком таких процесів є згуртована команда, яка ефективно працює на постійне підвищення економічного результату бізнесу.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, топ-менеджменту бізнесу-структур різного рівня для створення ефективної команди, поліпшення взаємодії між учасниками, створення відчуття братерства та довіри, підвищення лояльності до продукту діяльності з боку персоналу потрібно створити тісний комунікаційний зв'язок між учасниками команди.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ложкин Г.В., Повякель Н.И. Практическая психология конфликта; 2-е изд., стереотип. К.: МАУП, 2002. 196 с.
2. Тімблдінг. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 20.04.2018).
3. Маковоз Е.У., Сторожилова У.Л. Необходимость тимбилдинга на всех стадиях коллективного развития. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. № 25. С. 124–125.
4. Мороз О.В., Нікіфорова Л.О., Шиян А.А. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників при ладо-будівних підприємств: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2015. 252 с.
5. Team Models. Different types of teams. URL: <http://www.managementstudyguide.com/team-models.htm> (дата звернення: 20.04.2018).
6. Исхакова М.Г. Тимбилдинг: раскрытие ресурсов организации и личности. СПб.: Речь, 2010. 256 с.
7. Нікіфорова Л.О., Білоконь Я.В. Тімблдінг як основа ефективного розвитку колективу. Економічний простір. 2016. № 59. С. 218–225.
8. Корпоративные тренинги, тимбилдинг. URL: <http://www.teambuildingpro.ru/teambuildings> (дата звернення: 20.04.2018).

УЗАГАЛЬНЮЮЧА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗДОРОВ'Я ДІТЯЧОГО НАСЕЛЕННЯ

GENERAL CHARACTERISTIC OF METHODS FOR ASSESSING OF THE CHILDREN'S POPULATION HEALTH

Федоришина Л.М.

кандидат економічних наук, доцент,
науковий співробітник відділу дослідження митних ризиків,
Науково-дослідний центр митної справи
Науково-дослідного інституту фіскальної політики
Університету державної фіскальної служби України

У статті узагальнено методи, що можуть бути використані для оцінювання здоров'я дитячого населення. Для визначення та дослідження ступеня впливу окремих факторів на стан здоров'я дитячого населення і процес його формування запропоновано використовувати методи кореляційно-регресійного аналізу та головних компонент; для комплексного оцінювання рівня здоров'я дитячого населення – індексний метод, рейтингової оцінки, матричний, таксономії; для характеристики та аналізу можливих структурних змін внеску регіонів у загальний стан здоров'я дитячого населення України – метод розрахунку інтегрального коефіцієнта структурних змін, відносних узагальнюючих показників структурних відмінностей. Обґрунтовано доцільність використання методів кластерного аналізу для групування регіонів за певними показниками, що характеризують стан здоров'я дитячого населення; методу експоненційного згладжування Брауна та методу Хольта – для прогнозування стану здоров'я дитячого населення у перспективі; методів нечіткої логіки – для виявлення прихованих факторів впливу на стан здоров'я дитячого населення.

Ключові слова: здоров'я, дитяче населення, метод оцінювання, аналіз, індекс, показник.

В статье обобщены методы, которые могут быть использованы для оценки здоровья детского населения. Для определения и исследования степени влияния отдельных факторов на состояние здоровья детского населения и процесс его формирования предложено использовать методы корреляционно-регрессионного анализа и главных компонент; для комплексной оценки уровня здоровья детского населения – индексный метод рейтинговой оценки, матричный, таксономии; для характеристики и анализа возможных структурных изменений вклада регионов в общее состояние здоровья детского населения Украины – метод расчета интегрального коэффициента структурных изменений, относительных обобщающих показателей структурных различий. Обоснована целесообразность использования методов кластерного анализа для группировки регионов по определенным показателям, характеризующим состояние здоровья детского населения; метода экспоненциального сглаживания Брауна и метода Хольта – для прогнозирования состояния здоровья детского населения в перспективе; методов нечеткой логики – для выявления скрытых факторов влияния на состояние здоровья детского населения.

Ключевые слова: здоровье, детское население, метод оценки, анализ, индекс, показатель.

The article summarizes the methods that can be used to evaluate the health of the children population. To determine and study the degree of influence of individual factors on the health of the children's population and the process of its formation, it is suggested to use methods of correlation-regression analysis and the main components; for the comprehensive assessment of the health of the children population – index method, rating assessment, matrix, taxonomy; for the characterization and analysis of possible structural changes the contribution of regions to the general health of the children's population of Ukraine is the method of calculating the integral coefficient of structural changes, relative generalizing indicators of structural differences. The expediency of using cluster analysis methods in order to group regions according to certain indices characterizing the health status of the children population is substantiated; the method of exponential smoothing of Brown and the Holt method – to predict the health status of the children's population in the future; methods of fuzzy logic – to identify hidden factors of influence on the health of the children population.

Key words: health, children's population, method of estimation, analysis, index, indicator.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах рівень здоров'я дитячого населення набуває стратегічного значення, оскільки саме від стану здоров'я дітей залежить розвиток країни у майбутньому, зокрема формування її репродуктивного, інтелектуального, творчого капіталу. За своєю сутністю здоров'я дитячого населення є інтегральним показником цивілізованості держави, котрий відображає соціально-економічне становище суспільства, тому надзвичайної актуальності набувають питання щодо оцінювання фактичного стану здоров'я дитячого населення для прогнозування його змін у майбутньому та розроблення відповідної концепції його збереження й примноження. Головне при цьому – вірно вибрати метод оцінювання здоров'я дитячого населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Варто зазначити, що в науковій літературі питання щодо оцінювання здоров'я дитячого населення розглядаються переважно з медичного погляду і в контексті лише методів оцінювання стану фізичного та психічного складників здоров'я. Зокрема, тут варто згадати праці В. Весельського [1], І. Калиниченко [2], Н. Польки та О. Бердник [3], В. Козакевич та О. Козакевич [4], Т. Сандуляка [5]. На нашу думку, недостатнім є висвітлення можливості застосування саме економічних методів стосовно оцінювання здоров'я дитячого населення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – узагальнити методи оцінювання здоров'я дитячого населення й особливостей його формування та розкрити можливості застосування кожного з них.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Уважаємо, що методи оцінювання здоров'я дитячого населення можна згрупувати за такими напрямками:

1. Визначення та дослідження ступеня впливу окремих факторів на стан здоров'я дитячого населення та процес його формування у період реформування національної системи охорони здоров'я та економічної нестабільності в країні.

1.1. Методи кореляційно-регресійного аналізу. Здоров'я дітей залежить від багатьох факторів: кліматичних умов, стану навколишнього середовища, забезпечення продуктами харчування та їх цінності, соціально-економічних умов, якісного медичного обслуговування, умов та способу життя сім'ї, особливостей організму, стресових ситуацій, згубних звичок батьків, фізичних навантажень тощо. Більшість із таких факторів відома й їх вплив визначений, однак про вплив інших можна тільки припускати з певною ймовірністю і в силу тих чи інших причин передбачати їх появу неможливо. Врахувати вплив усіх чинників на об'єкт дослідження і

встановити зв'язки між ними практично неможливо. Саме методи кореляційно-регресійного аналізу зі всієї множини факторів і зв'язків дають змогу визначити найбільш значущі для досягнення поставлених цілей, зокрема й тих, що впливають на формування здоров'я дитячого населення.

Одним з основних індикаторів, за яким можна оцінювати рівень здоров'я дитячого населення, є здатність дитячого організму протистояти різним захворюванням. Як кількісний показник (залежна змінна) можна розглядати рівень захворюваності дітей, який є чутливий до змін перерахованих вище факторів. Оцінити їх системний вплив можливо шляхом побудови багатофакторної регресійної моделі:

$$Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,42X_4 + 0,995X_5 \quad (1)$$

де Z – залежна змінна;

X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 – незалежні (факторні) змінні;

u – стохастичний (випадковий) складник.

Аналітичний вигляд функції f визначається характером зв'язку, проте найчастіше вона є лінійною:

$$\bar{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_mx_m, \quad (2)$$

де b_i – коефіцієнти регресії;

m – кількість факторних змінних.

За значеннями коефіцієнтів регресії встановлюється напрям зв'язку між досліджуваною і факторними ознаками: якщо $b_i < 0$ – зв'язок зворотний (зі збільшенням факторної ознаки зменшується результативна); якщо $b_i > 0$ – прямий зв'язок (зі збільшенням факторної ознаки зростає досліджувана).

Для знаходження параметрів b_0, b_1, \dots, b_m рівняння лінійної багатофакторної регресійної моделі (2) застосовують метод найменших квадратів [6, с. 105]. Після того побудовану модель регресії за допомогою F-критерію [7, с. 128–135] перевіряють на адекватність (значущість зв'язку між залежною і незалежними змінними), а коефіцієнти регресії за допомогою t-критеріїв [7, с. 119] – на статистичну значущість.

Для визначення найкращої підмножини регресорів (факторів, що визначають поведінку залежної змінної y) застосовують процедуру покрокової регресії, коли у рівняння регресії послідовно один за одним включаються фактори і оцінюється після того якість моделі.

Гребенева регресія базується на гребневих оцінках, спрямованих на оцінювання множинних лінійних регресій в умовах мультиколінеарності, тобто сильної кореляції незалежних змінних між собою.

За допомогою коефіцієнтів регресії не можна зіставити фактори за ступенем їх впливу на залежну змінну через різномірність їхніх одиниць вимірювання і ступеня коливання. Для усунення цього застосовуються коефіцієнт еластичності, дельта-коефіцієнт та бета-коефіцієнт.

Коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків змінюється у середньому y за збільшенні тільки фактора x_j на 1% й обчислюється за формулою:

$$E_j = \frac{\bar{x}_j}{\bar{y}} \times b_j, \quad (3)$$

де \bar{y} – середнє значення залежної змінної;

\bar{x}_j – середнє значення j -го фактора (змінної);

b_j – коефіцієнт регресії при j -ій змінній.

β_j – бета-коефіцієнт, або коефіцієнт регресії, у стандартизованому вигляді використовують для усунення різниць у вимірюванні та ступені коливання факторів. Коефіцієнт показує, на яку частину величини середньоквадратичного відхилення змінюється середнє значення залежної змінної, коли відповідна незалежна змінна збільшується на одне середньоквадратичне відхилення, а решта незалежних змінних залишаються сталими [8]:

$$\beta_j = \frac{\hat{\sigma}_j}{\hat{\sigma}_y} \times b_j, \quad (4)$$

де $\hat{\sigma}_y$ – оцінка середньоквадратичного відхилення залежної змінної;

$\hat{\sigma}_j$ – оцінка середньоквадратичного відхилення j -ої пояснювальної змінної.

Частку впливу фактора в сумарному впливі всіх факторів можна оцінити за величиною дельта-коефіцієнта:

$$\Delta_j = r_{yx_j} \times \frac{\beta_j}{R^2}, \quad (5)$$

де r_{yx_j} – коефіцієнт парної кореляції між j -им фактором і залежною змінною;

R^2 – коефіцієнт детермінації.

1.2. Метод головних компонент. Серед множини факторів, під дією яких формується здоров'я дитячого населення, є такі, що корелюють між собою. У такому разі говорять про явище мультиколінеарності і в процесі проведення кореляційно-регресійного аналізу вони відкидаються й їх вплив на результуючий показник не приймається до уваги, хоча з економічного погляду врахування їх впливу є необхідним. Здійснюється це шляхом застосування у процесі дослідження методу головних компонент, суть якого полягає у тому, що ознаки, які спостерігаються, є лінійними комбінаціями прихованих факторів. Тобто деякі із цих факторів можуть бути спільними для двох і більше ознак, а інші – характерні для кожної ознаки зокрема. Останні є незалежними і не роблять внеску в кореляцію між ознаками. Спільні ж фактори, кількість яких є меншою за число досліджуваних ознак, роблять внесок у матрицю парних кореляцій [9].

Метод головних компонент дає можливість скоротити вихідну розмірність простору ознак до найбільш істотно впливають факторів із мінімальною втратою корисної інформації.

Під головними компонентами розуміють лінійні комбінації, складені з «незалежних»

змінних x_i , що володіють властивістю корельованості між собою:

$$F_j = \sum_{i=1}^n a_{ij} \times x_i, \quad (6)$$

де $i, j = 1, 2, \dots, n$.

Вибір лінійних комбінацій за «незалежними» змінними не довільний, а суворо визначений, тобто завдання методу головних компонент полягає у лінійному перетворенні n ознак (x_1, x_2, \dots, x_n) у новий набір k «незалежних» випадкових величин (F_1, F_2, \dots, F_k), які розташовуються у порядку спадання їхніх дисперсій.

При цьому головні компоненти визначаються власними векторами кореляційної матриці, отриманої на основі вихідних параметрів, що характеризують об'єкти дослідження. Головні компоненти визначають факт впливу того чи іншого параметра на хід процесу, наявність зв'язку між параметрами, якими ознаками об'єкта зумовлений той чи інший фактор, частку впливу фактора на значення ознаки.

Найбільш часто число виділених факторів визначається кількістю власних значень або виключенням факторів, після яких залежність близька до горизонтальної лінії.

Аналіз на основі методу головних компонент, як правило, призводить до того, що основну частину дисперсії містять перші дві-три компоненти. Виділивши ці компоненти, можна розраховувати їх для об'єктів різних типів і за згрупованістю точок класифікувати їх або ж на основі цих компонент скласти рівняння регресії, за яким можна чітко виявити суттєві й несуттєві фактори.

2. Комплексне оцінювання рівня здоров'я дитячого населення як на регіональному, так і національному рівні для визначення потенціалу формування і збереження людського капіталу на різних етапах розвитку особистості як основного фактору економічного зростання і базового виробничого ресурсу економіки.

2.1. Індексний метод. Основою комплексного оцінювання та вивчення складних явищ, які притаманні здоров'ю дитячого населення, виступає індексний метод. Він дає змогу шляхом агрегування ознак засобами багатовимірного аналізу отримати комплексний показник, що забезпечить об'єктивність оцінювання рівня здоров'я дитячого населення того чи іншого регіону порівняно з іншими або країни загалом у динаміці. Це, своєю чергою, послужить вимірником для посилення заходів державної політики щодо збереження та зміцнення здоров'я дітей.

У загальному розумінні індекс здоров'я – це кількісний показник фізичного стану здоров'я, що відображає рівень фізичного розвитку та функціональних можливостей організму, якість способу життя, стан імунітету [10]. У науковій літературі зустрічаються різні варіанти оцінки індексу здоров'я, розроблені залежно від спрямованості та завдань певних галузей наук.

У медицині застосовують цілу низку спеціальних індексів для експрес-оцінювання фізичного здоров'я дітей. Для їх обчислення необхідні значення довжини і маси тіла, життєва ємкість легень (ЖЄЛ), частота серцевих скорочень (ЧСС), артеріальний тиск (АТ), час затримки дихання на вдосі (проба Штанге), функціональна проба Руф'є, піднімання тулуба із положення «лежачи на спині». При цьому визначаються рівень здоров'я дітей (нижче середнього, низький, середній, вище середнього, високий) і показники відхилення у стані здоров'я (артеріальна гіпертензія, гіпотонія, ожиріння, дефіцит маси тіла, низькорослість) [11].

Дослідження такого характеру базуються на таких індексах [11]:

1. Індекс Кетле-2 – характеризує ступінь гармонічності фізичного розвитку і статури:

$$\text{Індекс_Кетле} - 2 = \frac{\text{маса_тіла(кг)}}{\text{довжина_тіла}^2(\text{м}^2)} \quad (7)$$

2. Індекс Робінсона – характеризує стан регуляції серцево-судинної системи і ступінь її економізації у спокою:

$$\text{Індекс_Робінсона} = \frac{\text{ЧСС(уд / хв)} \times \text{АТ}_{\text{суст}}(\text{мм.рт.ст.})}{100} \quad (8)$$

3. Індекс Скібінського – характеризує функціональні можливості системи дихання, стійкість організму до гіпоксії і вольові якості:

$$\text{Індекс_Скібінського} = \frac{\text{ЖЄЛ} \times \text{проба_Штанге(с)}}{\text{ЧСС(уд / хв)}} \quad (9)$$

4. Індекс міцності Шаповалової – характеризує розвиток силової і швидкісної витривалості м'язів спини і черевного пресу:

Індекс_міцності

$$\text{Шаповалової} = \frac{\text{маса_тіла(г)} \times \text{кількість_згинань_за_60_с}}{\text{довжина_тіла} \times 60} \quad (10)$$

5. Індекс Руф'є – характеризує реакцію серцево-судинної системи на стандартне фізичне навантаження:

$$\text{Індекс_Руф'є} = \frac{4 \times (P_1 + P_2 + P_3) - 200}{10} \quad (11)$$

де P_1 – пульс у сидячому положенні у стані спокою за 15 с;

P_2 – пульс за перші 15 с після 30 глибоких присідань, виконаних за 45 с;

P_3 – пульс за останні 15 с першої хвилини періоду відновлення.

Використовуючи таблиці формалізованих оцінок індексів, кожному індексу присвоюється оцінка в балах (від 1 до 5) і обчислюється загальна сума балів, за якою оцінюється рівень індивідуального здоров'я дитини (фізичного здоров'я) [12]:

5–9 балів – низький рівень;

10–13 балів – нижче середнього;

14–18 балів – середній;

19–22 бали – вище середнього;

23–25 балів – високий.

У контексті здійснюваних досліджень за предметними сферами немедичних наук, методика розрахунку інтегрального індексу здоров'я дитячого населення передбачає його розрахунок як середньозваженої величини з індексів, що побудовані на основі кількісної оцінки факторів, якими визначається рівень здоров'я дітей у конкретному регіоні чи державі загалом.

Інтегральний індекс здоров'я дитячого населення можливо використовувати не лише для зіставлення регіонів. Завдяки даній методиці стає можливим зіставлення міського і сільського дитячого населення за індексом здоров'я, а також у «віковому розрізі» (зіставлення рівня здоров'я дітей різних вікових груп для встановлення, в які періоди формування особистості їх здоров'я поліпшується або, навпаки, погіршується).

У зв'язку із цим можна формувати два основних підходи до реалізації державної політики у сфері охорони здоров'я дітей: поляризація (формування полюсів збереження, зміцнення і примноження здоров'я дитячого населення) або вирівнювання (зменшення територіальних диспропорцій).

2.2. Метод рейтингової оцінки. Метод рейтингової оцінки досить простий і передбачає створення рейтингу шляхом ранжування (розподіл величин за зростанням або спаданням) регіонів, міст, вікових груп тощо відповідно до значень показників, що найбільше характеризують стан здоров'я дітей на даній території, у соціальній чи віковій групі.

Значення інтегрального рейтингу для конкретного об'єкта дослідження можна математично виразити за допомогою формули:

$$R_j = \sum_{k=1}^n a_k \times M_{jk} \quad (12)$$

де R_j – інтегральний рейтинг j -го об'єкта ранжування;

n – кількість показників;

a_k – вага k -го показника;

M_{jk} – рейтинг j -го об'єкта у ранжуванні за k -им показником.

2.3. Матричний метод. Під час використання матричного методу вихідна матриця сукупності показників $A = \{a_{ij}\}$ ($i = \overline{1, n}$ – номер показника; $j = \overline{1, m}$ – номер об'єкта ранжування) перетворю-

ється на матрицю стандартизованих коефіцієнтів

$$x_{ij} = \frac{a_{ij} - \min_j a_{ij}}{\max_j a_{ij} - \min_j a_{ij}} \quad \text{для показників-стимуляторів і}$$

$$x_{ij} = \frac{\max_j a_{ij} - a_{ij}}{\max_j a_{ij} - \min_j a_{ij}} \quad \text{показників-дестимуляторів,}$$

потім проводиться порівняльна рейтингова оцінка за вибраними показниками [13]:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (1 - x_{ij})^2} \quad (13)$$

Об'єкти ранжуються у порядку зростання рейтингової оцінки. Найвищий рейтинг буде мати об'єкт, що матиме найменше значення R .

2.4. Метод таксономії. Досить часто для здійснення комплексного оцінювання явищ та процесів застосовують метод багатовимірного порівняльного аналізу – метод таксономії, в основу якого покладено визначення так званої таксономічної відстані, тобто відстані між точками багатовимірного простору, розмірність якого визначається кількістю ознак, що характеризують об'єкт, який вивчається. Визначення цих відстаней дає можливість визначити місце розташування кожної конкретної точки щодо інших i , таким чином, структурувати всю сукупність точок.

Згідно з алгоритмом методу таксономії, вихідна матриця сукупності показників $X = \{x_{ij}\}$ ($i = \overline{1, n}$ – номер показника; $j = \overline{1, m}$ – номер об'єкта ранжування) через їх неоднорідність перетворюється на матрицю стандартизованих величин за формулами [14, с. 390–393]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_i}{\sigma_i}, \quad (14)$$

де z_{ij} – стандартизоване (нормоване) значення i -го показника для j -го об'єкта;

$\bar{x}_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m x_{ij}$ – середнє арифметичне значення i -го показника;

$$\sigma_i = \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m (x_{ij} - \bar{x}_i)^2 \right]^{\frac{1}{2}} - \text{середнє квадратичне}$$

відхилення значень i -го показника.

Тоді кожен об'єкт можна інтерпретувати як деяку точку P_j у n -вимірному векторному просторі, координати якої дорівнюють z_{ij} ($i = \overline{1, n}$) й яку порівнюють із точкою-еталоном $P_0 = (z_{01}, \dots, z_{0n})$ (найбільше значення для кожного показника-стимулятора, або найменше для показника-дестимулятора) шляхом знаходження відстані між ними за формулою:

$$d_{j0} = \left[\sum_{i=1}^n (z_{ij} - z_{0i})^2 \right]^{\frac{1}{2}}, \quad j = \overline{1, m}. \quad (15)$$

Отримані відстані використовуються для розрахунку функції переваги j -го об'єкта $f(x_j)$:

$$\begin{aligned} f(x_j) &= 1 - \frac{d_{j0}}{d_0} = 1 - \frac{d_{j0}}{d + aS_d} = \\ &= 1 - \frac{d_{j0}}{\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m d_{j0} + a \left[\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m (d_{j0} - \bar{d})^2 \right]^{\frac{1}{2}}}, \quad (16) \end{aligned}$$

де a – деяке додатне число, яке вибирають так, щоб усі значення знаходилися між 0 і 1. Найчастіше $a=2$.

Згідно із запропонованою методикою, рівень здоров'я дитячого населення дорівнює 1. Тобто чим значення функції переваги $f(x_j)$ j -го об'єкта дослідження (регіон, певна вікова категорія тощо) буде ближчим до 1, тим рівень здоров'я дитячого населення його буде вищим.

3. Характеристика та аналіз можливих структурних змін внеску регіонів у загальний стан здоров'я дитячого населення України.

3.1. Інтегральний коефіцієнт структурних змін А. Салаї. Структурні зміни можуть істотно впливати на розвиток будь-яких процесів і явищ, тому для кількісної оцінки масштабу структурних зрушень у процесі формування здоров'я дитячого населення можна використати інтегральний коефіцієнт структурних змін А. Салаї [15, с. 166-169]:

$$k_c = \sqrt{\frac{1}{n} \times \sum_{i=1}^n \left(\frac{d_i^1 - d_i^0}{d_i^1 + d_i^0} \right)^2}, \quad k_c \in [0; 1], \quad (17)$$

де d_i^0, d_i^1 – відносні показники структури i -го регіону у базовому і звітному періодах;

n – кількість регіонів.

$$d_i^0 = \frac{f_i^0}{\sum_{i=1}^n f_i^0}, \quad d_i^1 = \frac{f_i^1}{\sum_{i=1}^n f_i^1}, \quad (18)$$

де f_i^0, f_i^1 – показник в абсолютному вираженні, що характеризує стан здоров'я дитячого населення в i -му регіоні у базовому і звітному періодах.

Якщо $k_c = 0$, то змін не відбулося, якщо $k_c = 1$, то відбулися максимальні структурні зрушення.

3.2. Відносні узагальнюючі показники структурних відмінностей. Квадратичний коефіцієнт «відносних» структурних зрушень характеризує той середній відносний приріст питомої ваги (у відсотках), який відбувся за аналізований період, і дає зведену оцінку інтенсивності зміни питомих ваг у часі і просторі [16, с. 142]:

$$K_{\frac{d1}{d0}} = \sqrt{\sum_{i=1}^n \frac{(d_i^1 - d_i^0)^2}{d_i^0}} \quad (19)$$

Інтегральний коефіцієнт структурних зрушень Гатєва:

$$K_r = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (d_i^1 - d_i^0)^2}{\sum_{i=1}^n (d_i^1)^2 + \sum_{i=1}^n (d_i^0)^2}} \quad (20)$$

Коефіцієнт нерівномірності розподілу:

$$K_N = \frac{k \times l}{k - l} \sqrt{\sum_{i=1}^n (d_i - p)^2}, \quad (21)$$

де p – частка груп за абсолютно рівномірного розподілу; розраховується за формулою:

$$\rho = \frac{l}{k}, \quad (22)$$

де k – кількість груп у порівнюваних структурах;

l – кількість домінуючих груп (береться максимальне значення з розрахованих за групами).

Якщо коефіцієнт нерівномірності прямує до 0, то групи в структурі рівномірно розподілені, тобто спостерігається різноманітність у структурі. Якщо коефіцієнт нерівномірності прямує до 1, то групи в структурі розподілені нерівномірно, тобто в структурі посилюється однаковість.

Інтегральний коефіцієнт структурних відмінностей Рябцева:

$$K_p = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (d_i^1 - d_i^0)^2}{\sum_{i=1}^n (d_i^1 + d_i^0)^2}} \times 100\% \quad (23)$$

Більш поглиблене вивчення зміни структури потребує ще використання методів кореляційно-регресійного аналізу, індексного методу виявлення впливу чинників, що впливають на структуру сукупності, а також оцінку впливу самої структури на пов'язані з нею результативні показники.

4. Групування регіонів за показниками, що відображають рівень захворюваності дітей, або показниками, що характеризують процес формування здоров'я дитячого населення, для обґрунтування та застосування заходів державної політики, спрямованих на підвищення рівня здоров'я дітей та поліпшення якості їхнього життя не до кожного окремо взятого регіону, а до сукупності зі схожими характеристиками. При цьому доцільним є застосування методів кластерного аналізу. Схожість або відмінність між регіонами за групою показників із застосуванням кластерного аналізу встановлюється залежно від метричної відстані між ними. Якщо здоров'я дитячого населення у регіоні формується під дією n чинників, то кожен регіон може бути представлений як точка в n -мірному просторі, і схожість його з іншими регіонами визначатиметься їх взаємним розташуванням, тобто відстанню між такими точками.

Для кластеризації регіонів будується матриця відстаней із застосуванням однієї із метрик відстаней. Найчастіше це «зважена» евклідова відстань:

$$\rho_{ij} = \sqrt{\sum_{k=1}^m w_k \times (z_{ik} - z_{jk})^2} \quad (24)$$

Вага k -го показника визначається за правилом Фішберна:

$$w_k = \frac{2 \times (n - k + 1)}{n \times (n + 1)} \quad (25)$$

Якщо прийняти $w_k = 1$ для всіх $k = \overline{1, n}$, то буде звичайна евклідова відстань.

Отримані в такий спосіб значення подають у вигляді симетричної ($\rho_{ii} = 0$ та $\rho_{ij} = \rho_{ji}$) матриці відстаней:

$$R = (\rho_{ij}) \quad j = \overline{1, m}, \quad i = \overline{1, m} \quad (26)$$

і застосовують до неї агломеративну ієрархічну процедуру кластерного аналізу. Найпростішим є метод одиничного зв'язку (метод близького сусіда), що передбачає приєднання одиниці сукупності до кластера, якщо вона близька хоча б до одного представника цього кластера [17, с. 94–119]. Він реалізований у різних статистичних пакетах, зокрема й у пакеті Statistica, що полегшує здійснення процедури кластеризації.

Оптимальну кількість кластерів визначають за показником ентропії [18, с. 160–174]:

$$H = - \sum_{i=1}^k \frac{N_i}{m} \log_2 \frac{N_i}{m} = \log_2 m - \frac{1}{m} \sum_{i=1}^k N_i \log_2 N_i, \quad (27)$$

де H – ентропія класифікації;

m – кількість об'єктів у досліджуваній сукупності (регіонів);

N_i – кількість об'єктів (регіонів), що потрапили в i -ий кластер;

k – кількість кластерів.

Максимально можливе значення ентропії H_{\max} визначається за формулою (27) за значень N_i рівних між собою, тобто кількість об'єктів рівномірно розподілена в кластерах.

Розмір відхилення ентропії від максимального значення можна визначити за формулою:

$$\Delta H = \frac{(H_{\max} - H)}{H_{\max}} \times 100 \quad (28)$$

Вибір кількості кластерів може визначитися на основі аналізу спеціальних функціоналів якості, на основі порівняння розбивок на різну кількість класів, можливості зі змістовною інтерпретацією й інших критеріїв, проте остаточний вибір все-таки залишається за дослідником і метою, яку він прагне досягнути в процесі проведення дослідження.

5. Важливою формою проведення будь-якого дослідження є прогнозування, зокрема й стану здоров'я дитячого населення у найближчій перспективі, результати якого можуть бути використані для пошуку факторів підвищеного ризику, що зумовлюють різну швидкість, спрямованість і етапність формування відхилень у стані здоров'я дітей, обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на збереження і примноження здоров'я дитячого населення як на регіональному, так і муніципальному рівні.

5.1. Метод експоненційного згладжування Брауна. Практична значущість застосування методу експоненційного згладжування Брауна [15, с. 139] для прогнозування основних показників, що характеризують стан здоров'я дитячого населення, або індексу здоров'я дитячого населення як інтегрального показника, зумовлена тим, що у ньому значення за останні роки

мають більший вплив на результуючий показник, аніж початкові. В умовах сьогодення, коли проводяться заходи щодо реформування національної системи здоров'я, інтенсифікуються ризики здоров'я, спричинені розвитком інформаційного суспільства тощо, саме врахування показників за останні роки дасть змогу адекватно простежити основні тенденції у найближчій перспективі.

Суть методу експоненційного згладжування Брауна полягає у тому, що розрахунок прогнозних значень будується на використанні експоненційних середніх. Вони служать для обчислення рекурентних поправок до коефіцієнтів полінома, що описують тренд динамічного ряду [15, с. 140].

5.2. Метод Хольта. У методі Хольта враховується як поточний рівень тренду досліджуваного процесу, так і його рівень нахилу. При цьому параметри згладжування для кожного показника різні. Основною перевагою методу є його гнучкість, що дає змогу вибирати відношення, в якому відслідковуються і рівень тренду, і його нахил.

Цей метод прогнозування належить до класу методів експоненційного згладжування й у формульній формі може бути поданий так [19, с. 44–47]:

1. експоненційно згладжений ряд або оцінка поточного рівня:

$$L_t = \alpha \times Y_t + (1 - \alpha) \times (L_{t-1} - T_{t-1}) \quad (29)$$

2. оцінка тренду:

$$T_t = \beta \times (L_t - L_{t-1}) + (1 - \beta) \times T_{t-1} \quad (30)$$

3. прогноз на p періодів вперед:

$$\hat{Y}_{t+p} = L_t + p \times T_t, \quad (31)$$

де L_t – нова згладжена величина;

α – постійна згладжування для даних ($0 < \alpha < 1$);

Y_t – нове спостереження або реальне значення ряду в період t ;

β – постійна згладжування для оцінки тренду ($0 < \beta < 1$);

T_t – власне оцінка тренду;

p – кількість періодів уперед, на який робиться прогноз;

\hat{Y}_{t+p} – прогноз на p періодів уперед.

При цьому α і β вибираються у такий спосіб, щоб мінімізувати помилки прогно-

зування. Тобто їхня комбінація має давати мінімальне значення середньоквадратичного відхилення.

6. Дослідження прихованих впливів факторів соціально-економічного середовища життєдіяльності людини на формування здоров'я дитячого населення. Для їх виявлення доцільним є використання методів теорії нечітких множин і нечіткої логіки, що дають змогу здійснити моделювання будь-яких соціально-економічних систем, навіть таких, для яких відсутні будь-які статистичні дані, або коли серед інформативних факторів є лише якісні показники. Цей клас методів дає змогу здійснити опис причинно-наслідкових зв'язків між факторами (причинами), які впливають на стан досліджуваного об'єкта, та конкретним його станом у вигляді висловлювань природною мовою, і, отже, надає можливість провести логічну формалізацію експертного висновку. На практиці найчастіше використовують такі моделі нечіткого висновку, як Мамдані, Сугено, Ларсена, Цукамото [20].

Під час дослідження стану здоров'я дитячого населення структура причинно-наслідкових зв'язків може бути описана такою системою співвідношень:

$$d = fd(y, w, \dots, z), \quad (32)$$

$$y = fy(x_1, x_2, \dots, x_{10}), \quad (33)$$

$$w = fw(x_{11}, x_{12}, \dots, x_{20}), \quad (34)$$

$$z = fz(x_{21}, x_{22}, \dots, x_n), \quad (35)$$

де d – певний рівень здоров'я дитячого населення;

$y, w, z, x_1 \dots x_n$ – окремі фактори, що характеризують функціональний стан та адаптаційні ресурси дитячого організму.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, різноаспектне дослідження стану здоров'я дитячого населення із застосуванням відповідного математичного інструментарію як на регіональному, так і національному рівні дає змогу виявити і проаналізувати особливості його формування в динамічних умовах сьогодення, оцінити позитивні та негативні наслідки його зміни для економіки, прями та непрямі економічні втрати, пов'язані із захворюваністю дітей, сприятиме вдосконаленню механізму управління людським капіталом та механізму управління ризиками від втрати здоров'я у дитячому віці тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Весельський В.Л. Оцінювання фізичного розвитку та індивідуального здоров'я дітей в практиці сімейного лікаря. Семейная медицина. 2013. № 5(49). С. 144–148. URL: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?... (дата звернення: 19.04.2018).
2. Калиниченко І. Оцінка здоров'я та фізичного стану дітей молодшого шкільного віку. Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві. 2008. Т. 2. С. 128–131. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fvs_2008_2_41 (дата звернення: 19.04.2018).
3. Полька Н.С., Бердник О.В. Сучасні підходи до оцінки стану здоров'я в гігієні дитинства (огляд літератури та власних досліджень). Журнал НАМН України. 2013. Т. 19. № 2. С. 226–235.
4. Козакевич В.К., Козакевич О.Б. Інформативні критерії оцінки стану здоров'я дітей та підлітків. URL: http://elib.umsa.edu.ua/jspui/bitstream/umsa/5835/1/inform_kryt_ocinky.pdf (дата звернення: 19.04.2018).
5. Сандуляк Т.В. Алгоритм і критерії оцінки стану здоров'я дітей раннього віку. Современная педиатрия. 2015. № 6(70). С. 35–39.
6. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кічор В.П. Статистика: навч. посіб.; 2-е вид., перероб. і доп. Львів: Інтеллект-Захід, 2003. 576 с.
7. Наконечний С.І., Терещенко Т.О., Романюк Т.П. Економетрія: підручник; вид. 2-е, доп. та перероб. Київ: КНЕУ, 2000. 296 с.
8. Присенко Г.В., Равікович Є.І. Прогнозування соціально-економічних процесів: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2005. 378 с.
9. Шевчук І.Б. Моделі компонентного та факторного аналізу розвитку системи дитячого оздоровлення в Україні. Сталый розвиток економіки. 2013. № 3(20). С. 8–17.
10. Индекс здоровья. URL: https://adaptive_physical_education.academic.ru/253/Индекс_здоровья (дата звернення: 10.04.2018).
11. Горелик В.В. Оценка физического развития и здоровья школьников общеобразовательной школы. Вестник ОГУ. 2010. № 6(112). С. 69–73.
12. Поляков С.Д. Компьютерные технологии мониторинга физического здоровья школьников. Москва, 2002. С. 1–11.
13. Методы рейтинговой (комплексной) оценки деятельности организаций в комплексном экономическом анализе. URL: <https://ppt-online.org/154833> (дата звернення: 19.04.2018).
14. Шевчук Л.Т. Медико-соціальні аспекти використання трудового потенціалу: регіональний аналіз і прогноз: монографія. Львів, 2003. 489 с.
15. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кічор В.П. та ін. Статистика: теоретичні засади і прикладні аспекти: навч. посіб.; 2-е вид., оновл. і доп. Львів: Інтеллект-Захід, 2003. 576 с.
16. Шорохова И.С., Кисляк Н.В., Мариев О.С. Статистические методы анализа: учеб. пособ. Екатеринбург: Урал. ун-т, 2015. 300 с.
17. Григоруک П.М. Багатомірне економіко-статистичне моделювання: навч. посіб. Львів: Новий світ-2000, 2006. 149 с.
18. Колемаев В.А. Экономико-математическое моделирование. Москва: Юнити-Дана, 2005. 295 с.
19. Юринець Р.В. Прогнозування соціально-економічних процесів: навч. посіб. Львів, 2006. 80 с.
20. Мазорчук М.С., Симонова К.А., Греков Л.Д. Применение методов и моделей нечеткой логики для моделирования экономических процессов. Системы обработки информации. 2007. Вип. 9(67). С. 159–162.

РИНОК ПРАЦІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

MARKET OF LABOR CHERNIGOVSK REGION

Філіппова Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри публічного управління
та менеджменту організацій,
Чернігівський національний технологічний університет

Косач І.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри публічного управління
та менеджменту організацій,
Чернігівський національний технологічний університет

Ховайло І.П.

студент,
Чернігівський національний технологічний університет

Досліджено сучасний стан ринку праці Чернігівської області за період 2012–2016 рр. та проаналізовано вплив чинників на його чисельність та склад. Встановлено залежність між структурою ринку праці області та її територіальним розташуванням й економічним розвитком. Проаналізовано показники зайнятості та безробіття населення Чернігівської області.

Ключові слова: ринок праці, зайнятість, економічно активне населення, безробіття, міграція.

Исследовано современное состояние рынка труда Черниговской области за период 2012–2016 гг. и проанализировано влияние факторов на его численность и состав. Установлена зависимость между структурой рынка труда области и ее территориальным расположением и экономическим развитием. Проанализированы показатели занятости и безработицы населения Черниговской области.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, экономически активное население, безработица, миграция.

The present state of the labor market of Chernihiv region for the period of 2012–2016 is investigated, and the influence of factors on its size and composition is analyzed. The dependence between the labor market structure and its territorial location and economic development is established. The indicators of employment and unemployment of the population of Chernihiv region are analyzed.

Key words: labor market, employment, economically active population, unemployment, migration.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Перехід України до ринкових економічних відносин потребує формування ринку праці як основоположного елемента ринкового механізму, що має забезпечувати ефективну взаємодію між попитом та пропозицією робочої сили. Ринок праці має сприяти відтворенню робочої сили, яка відповідає вимогам сучасного виробництва, забезпечувати раціональну структуру зайнятості, активізувати мобільність робочої сили тощо. Необхідність загострення уваги до ринку праці зумовлена тим фактом, що ефективність його функціонування впливає не лише на обсяги суспільного виробництва, рівень і якість життя населення та взагалі соціально-економічний розвиток країни, а й на її позиції на світовому ринку, національну

конкурентоспроможність і модель економічного зростання.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження сучасного стану та розвитку регіонального ринку праці Чернігівської області протягом 2012–2016 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У регіональному аспекті основна функція ринку праці полягає у перерозподілі робочої сили між регіонами, видами економічної діяльності і сферами виробництва та забезпеченні роботою економічно активного населення регіону. Нерівномірність розвитку регіональних ринків праці значною мірою залежить від розміщення продуктивних сил, зумовленого наявними природними ресурсами, історичним розвитком та місце-

вими традиціями, і відображає економічну спеціалізацію регіонів країни [1].

Диференціація регіональних ринків праці викликана нерівномірністю соціально-економічного розвитку регіонів, зокрема обсягами наявного ресурсного потенціалу й ефективністю його використання, що зумовлює різні можливості щодо врегулювання попиту і пропозиції робочої сили та регіональні диспропорції за показниками безробіття. Отже, динамічний розвиток економіки країни не супроводжується структурними змінами в регіонах, а має екстенсивний характер, коли зростають традиційні потужні промислові центри та залишаються у стані стагнації регіони з більш низьким рівнем промислового потенціалу [2].

Ринок праці спрямований на узгодження інтересів його учасників щодо формування попиту і пропозиції робочої сили. Найважливішим індикатором його функціонування сучасні

дослідники вважають рівень безробіття. Ліквідувати безробіття як явище в ринкових умовах неможливо, але запобігання поширенню його масових та довготривалих форм становить одне з головних завдань соціальної безпеки держави [3].

Ринок праці як один зі складників ринкової системи, що відображає наявні проблеми вітчизняної економіки, зазнав істотного впливу глобальної фінансово-економічної кризи. В Україні її глибина була зумовлена не лише зовнішніми чинниками, а й низкою внутрішніх економічних і політичних чинників, у тому числі незадовільним рівнем використання трудового потенціалу суспільства й регіонів, що вимагає серйозних змін у підходах до регулювання регіональних ринків праці.

З табл. 1 можна простежити, як змінився стан ринку праці за 2012–2016 рр. Загалом у Чернігівській області спостерігається зниження чисель-

Таблиця 1

Показники ринку праці за 2012–2016 рр.

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1	2	3	4	5	6
у віці 15-70 років					
зайняте населення, тис. осіб	475,5	473,4	439,5	432,3	424,8
Абсолютне відхилення до попереднього року, тис. осіб	-	-2,1	-33,9	-7,2	-7,5
Абсолютне відхилення до базового, тис. осіб	-	-2,1	-36	-43,2	-50,7
Відносне відхилення до попереднього, %	-	99,56	92,84	98,36	98,27
Відносне відхилення до базового, %	-	99,56	92,43	90,91	89,34
Темпи приросту до попереднього року, %	-	-0,44	-7,16	-1,64	-1,73
Темпи приросту до базового, %	-	-0,44	-7,57	-9,09	-10,66
безробітне населення, тис. осіб	51,6	48,4	55,3	51,6	53,9
Абсолютне відхилення до попереднього року, тис. осіб	-	-3,2	6,9	-3,7	2,3
Абсолютне відхилення до базового, тис. осіб	-	-3,2	3,7	-	2,3
Відносне відхилення до попереднього року, %	-	93,80	114,26	93,31	104,46
Відносне відхилення до базового, %	-	93,80	107,17	-	104,46
Темпи приросту до попереднього року, %	-	-6,20	14,26	-6,69	4,46
Темпи приросту до базового, %	-	-6,20	7,17	-	4,46
Разом економічно активне населення, тис. осіб	527,1	521,8	494,8	483,9	478,7
Абсолютне відхилення до попереднього року, тис. осіб	-	-5,3	-27	-10,9	-5,2
Абсолютне відхилення до базового, тис. осіб	-	-5,3	-32,3	-43,2	-48,4
Відносне відхилення до попереднього, %	-	98,99	94,83	97,80	98,93
Відносне відхилення до базового, %	-	98,99	93,87	91,80	90,82
Темпи приросту до попереднього року, %	-	-1,01	-5,17	-2,20	-1,07
Темпи приросту до базового, %	-	-1,01	-6,13	-8,20	-9,18
працездатного віку					
зайняте населення, тис. осіб	416,4	419,4	402,3	408,1	403,1
Абсолютне відхилення до попереднього року, тис. осіб	-	3,0	-17,1	5,8	-5,0
Абсолютне відхилення до базового, тис. осіб	-	3,0	-14,1	-8,3	-13,3

Закінчення талиці 1

1	2	3	4	5	6
Відносне відхилення до попереднього,%	-	100,7	95,92	101,44	98,77
Відносне відхилення до базового, %	-	100,7	96,61	98,01	96,81
Темпи приросту до попереднього року,%	-	0,7	-4,08	1,44	-1,23
Темпи приросту до базового, %	-	0,7	-3,39	-1,99	-3,19
безробітне населення, тис. осіб	51,6	48,4	55,3	51,6	53,9
Абсолютне відхилення до попереднього року, тис. осіб	-	-3,2	6,9	-	2,3
Абсолютне відхилення до базового, тис. осіб	-	-3,2	3,7	-	2,3
Відносне відхилення до попереднього,%	-	93,80	114,26	-	104,46
Відносне відхилення до базового, %	-	93,80	107,17	-	104,46
Темпи приросту до попереднього року,%	-	-6,20	14,26	-	4,46
Темпи приросту до базового, %	-	-6,20	7,17	-	4,46
Разом економічно активне населення, тис. осіб	468,0	467,8	457,6	459,7	457,0
Абсолютне відхилення до попереднього року, тис. осіб	-	-0,2	-10,2	2,1	-2,7
Абсолютне відхилення до базового, тис. осіб	-	-0,2	-10,4	-8,3	-11
Відносне відхилення до попереднього,%	-	99,96	97,82	100,46	99,41
Відносне відхилення до базового, %	-	99,96	97,78	98,23	97,65
Темпи приросту до попереднього року,%	-	-0,04	-2,18	0,46	-0,59
Темпи приросту до базового, %	-	-0,04	-2,22	-1,77	-2,35

Джерело: складено на основі [4]

ності населення, смертність в області перевищує народжуваність, тому й кількість економічно активного населення також із кожним роком зменшується. Так, у 2012 р. економічно активне населення області у віці 15–70 років дорівнювало 527,1 тис. осіб, а в 2016 р. чисельність знизилася і становила 478,7 тис. осіб, тобто чисельність знизилася аж на 48,4 тис. осіб, або на 9,18%, що є негативним явищем, адже це говорить нам про те, що чисельність населення Чернігівської області також знижується, смертність перевищує народжуваність та відбувається старіння нації.

У 2015 р. кількість економічно активного населення у віці 15–70 років становила 483,9 тис. осіб, із них зайняте населення становить 432,3 тис. осіб, а безробітне – 51,6 тис. У 2016 р. кількість економічно активного населення знизилася на 5,2 тис. осіб, що може вказувати на зниження загальної чисельності населення України. У 2016 р. кількість зайнятого населення по Україні знизилася на 7,5 тис. осіб порівняно з попереднім роком. Також даний рік характеризується збільшенням безробіття на 4,5% порівняно з 2015 р. Середня тривалість пошуку роботи безробітними становить шість місяців.

У 2015 р. кількість зайнятого населення працездатного віку дорівнювала 408,1 тис. осіб, а отже, може знайти чисельність працюючих школярів, які не досягли 16 років, та кількість працюючих пенсіонерів. Їхня кількість дорівнює 432,3 – 408,1 = 24,2 тис. грн., це говорить нам

про те, що в Україні дуже низькі пенсії і звичайний пенсіонер у зв'язку з високими цінами на продукти, ліки та комунальні послуги вимушений працювати. Така ситуація спостерігається й у 2016 р.: чисельність працюючих школярів, які не досягли 16 років, та кількість працюючих пенсіонерів дорівнює 424,8 – 403,1 = 21,7 тис. грн.

Динаміку ринку праці за останні п'ять років представлено на рис. 1.

Серед сукупності факторів впливу на розвиток регіонального ринку праці за умов євроінтеграції завжди можна виділити фактори: зовнішні та внутрішні, загальні та специфічні (особливі), основні й другорядні, прямі та побічні, одно- і різноспрямованої дії тощо. За відношенням до впливу на розвиток регіонального ринку праці в Україні фактори можуть бути зовнішніми (впливати із зовнішнього середовища й не залежати від регіонального ринку праці) та внутрішніми (формуватися й коригуватися всередині нього), впливати безпосередньо або опосередковано на ринок праці і певним чином взаємодіяти між собою. Вплив зовнішніх факторів на висвітлення регіонального аспекту розвитку ринку праці став особливо відчутним із нарощуванням процесів євроінтеграції та глобалізації, фінансово-економічної кризи тощо. Євроінтеграція стала об'єктивною закономірністю цивілізаційного розвитку. Як складний, багатоплановий процес вона здійснює вплив на всі сфери людського життя, у тому числі й на ринок праці. Так, потенційними перевагами фактору впливу на розвиток Чернігівського регіону від євроінте-

графії є: посилення мобільності робочої сили; можливості сформування ринкові моделі поведінки; посилення творчого характеру праці внаслідок набуття досвіду трудової діяльності за кордоном для підвищення загального професійно-кваліфікаційного рівня зайнятості населення; підвищення стандартів з оплати праці в результаті більшої відкритості економіки; посилення конкурентоспроможності освітніх послуг, що забезпечуватиме підвищення освітнього рівня робочої сили, розширення експортного потенціалу за рахунок відкритого доступу на світові ринки, що забезпечуватиме створення нових робочих місць, залучатиме іммігрантів на малопривабливі за умовами оплати та найму робочі місця тощо. Проте не слід забувати, що вплив євроінтеграції на розвиток регіональних ринків праці України супроводжується безліччю небезпек і ризиків [5].

Станом на 01.01.2016 на території області проживало 1 044,98 тис. осіб, на 01.09.2016 чисельність скоротилася до 1 038,5 тис. осіб, передусім за рахунок природного скорочення населення. І хоча в 2005–2012 рр. рівень природного скорочення зменшувався, протягом останніх трьох років значення показника зростає. У 2015 р. кількість померлих перевищила кількість народжених на 10,9 тис. осіб. У розрахунку на 1 тис. населення загальний коефіцієнт природного скорочення населення становив 10,4, що є найгіршим показником в Україні. За показниками народжуваності область також займає одне з останніх місць – 9,0 осіб на 1 тис. наявного населення. В області спостерігається дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили, який є значним: навантаження на одне вільне робоче місце станом на 2016 р. – дев'ять осіб (рік тому – 15 осіб). Внутрішньо переміщені особи реестру-

ються у центрах зайнятості та отримують комплекс відповідних соціальних послуг.

Отже, простеживши динаміку ринку праці, спостерігаємо поступове зниження кількості зайнятого населення та зростання безробіття. На нашу думку, необхідно виводити економіку країни з тіні, адже велика кількість населення країни працює неофіційно, при цьому отримує заробітну плату та допомогу по безробіттю, але не сплачує утримань із заробітної плати, а це все негативно впливає на бюджет країни.

Проявами фінансово-економічної кризи в регіоні є збільшення кількості збиткових та збанкрутілих підприємств, закриття неконкурентоспроможних виробництв, що призводить до скорочення робочих місць і збільшення рівня безробіття. Таким чином, негативними наслідками фактору впливу світової фінансової кризи на регіональний ринок праці стали: загроза втрати людиною робочого місця і грошових засобів у вигляді заробітної плати, зростання соціальної напруги, поява різного роду небажаних проблем, у тому числі посилення психологічного очікування підвищення цін і недовіри населення до банківської системи тощо [5].

Показники руху робочої сили за 2012–2016 рр. у Чернігівській області представлено в табл. 2.

Середньооблікова кількість штатних працівників у Чернігівській області протягом останніх п'яти років має тенденцію до зниження. Так, у 2016 р. вона дорівнювала 189,8 тис. осіб, що на 3,9 тис. осіб менше, ніж у 2015 р., а якщо порівняти з 2012 р., то кількість знизилася на 30,3 тис. осіб. Тобто можна сказати, що з кожним роком зменшується чисельність робітників та робочих місць, що негативно позначається на економіці країни, адже зменшується внаслідок цього ВВП. Також у Чернігівській

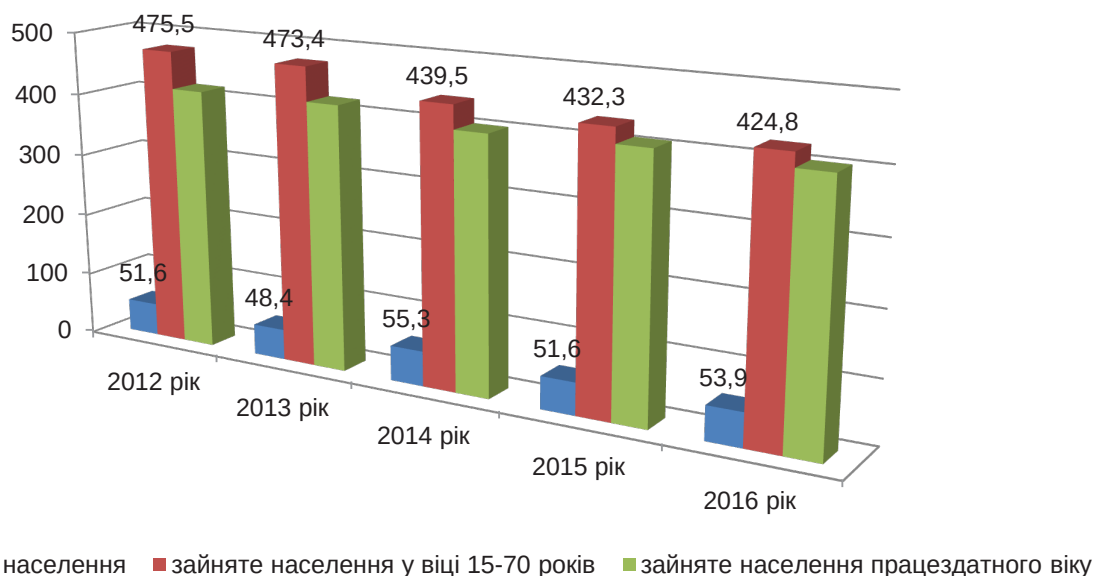


Рис. 1. Динаміка показників ринку праці за 2012–2016 рр. [4]

області спостерігається високий рух працівників, загальний коефіцієнт обороту робочої сили дорівнює 49,3%, і з нього коефіцієнт обороту щодо звільнення перевищує коефіцієнт обороту щодо прийому на 2,5%, це означає, що кількість звільненого персоналу перевищує кількість новоприйнятих працівників, отже, загалом по області спостерігається зростання безробіття.

До соціальних факторів руху населення необхідно віднести систему освіти, охорони здоров'я, рівень розвитку соціальної інфраструктури регіону, житлово-комунальне господарство, рекреаційну систему. Перелічені фактори мають інтенсивний вплив на трудовий потенціал регіону, підвищуючи його через якісний складник і впливаючи як на фазу формування, так і на фазу використання трудового потенціалу на регіональному ринку праці. Характеризуючи соціальну структуру зайнятості Чернігівського регіону, необхідно відзначити, що з'явилися нові проблеми у сегменті ринку праці, регулювання яких потребує прийняття нових рішень і диференційованих підходів до розвитку регіонального ринку праці. Кожен із цих сегментів має відповідні фактори впливу на розвиток ринку, які необхідно досліджувати та висвітлювати для попередження негативних наслідків. Зростання потенціалу соціальної сфери сприяє більш повному задоволенню соціальних потреб населення, у тому числі на ринку праці. Зазвичай у регіонах України розвиток соціально орієнтованих галузей і соціальної інфраструктури не відповідає реальним потребам населення. У зв'язку із цим постає проблема структурної трансформації господарських комплексів регіонів і використання чинника структурних змін у методології формування та реалізації регіональної політики ринку праці [6, с. 13].

Слід відзначити, що Чернігівська область межує з Київською, тому велика кількість випускників шкіл бажають навчатися саме у вишах столиці, адже вони престижні й отриманий диплом користується більшими перевагами під час працевлаштування. Також сучасна молодь марить тим, щоб вирватися із батьківської опіки, і прагне

самостійного життя, тому після навчання у Києві шукає там роботу, щоб залишитися на постійне місце проживання. Також Чернігівська область межує з Росією та Білоруссю, що пояснює значну кількість виїжджаючого населення на заробітки за кордон. Користуючись послугами агентств із працевлаштування за кордоном, люди з області їдуть до Польщі, Чехії, Естонії.

Нині для Чернігівщини актуальним є питання збереження трудового потенціалу. Виїжджати за кордон та до столиці висококваліфікованих працівників змушує низька якість робочих місць. Лише 3% вакансій у регіоні пропонують зарплату, більшу за середню по області, яка, до речі, на чверть нижча за відповідний показник по Україні й удвічі менша, ніж у Києві. Проте й роботодавцям нині досить складно знайти потрібних працівників через низьку якість робочої сили та дефіцит робітничих кадрів. Серед майже 27 тис. вакансій, які подані роботодавцями до центрів зайнятості області в минулому році, 57% робочих місць пропонуються для кваліфікованих «працівників з інструментом», ще 16% – для робітників, які не потребують спеціальної підготовки, і лише чверть вакансій – для службовців із вищою освітою. На нашу думку, ще однією проблемою, яка потребує нагального вирішення, є невідповідність обсягів та якості підготовки молодих кадрів потребам роботодавців.

З табл. 3 можна простежити, що за останні два роки найбільше працездатного населення працює у промисловій сфері: у 2016 р. на промислових підприємствах зайнято 43,8 тис. осіб, а це 17,9% від усього зайнятого населення. Друге місце посідає освіта – 15,3%, далі йдуть сфери охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 13,4%, державного управління й оборони, обов'язкового соціального страхування – 13,1%.

Якщо дослідити середню заробітну плату в Чернігівській області, то внаслідок того, що рівень законодавчо-встановленої мінімальної заробітної плати поступово зростає, зростає й середня заробітна плата по Україні. У 2015 р. середня заробітна плата становила 3 295 грн., у 2016 р. вона зросла на 707 грн., або на 21,5%, і становила 4 002 грн., а

Таблиця 2

Показники руху робочої сили за 2012–2016 рр.

Рік	Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	Абсолютне відхилення, тис. осіб	Відносне відхилення, %	Темпи приросту, %	Коефіцієнт обороту робочої сили	
					по прийому	по звільненню
					у % до середньооблікової кількості штатних працівників	
2012	220,1	-	-	-	24,4	28,3
2013	213,3	-6,8	96,91	-3,09	25,3	29,4
2014	205,6	-7,7	96,39	-3,61	23,5	28,4
2015	193,7	-11,9	94,21	-5,79	22,2	27,1
2016	189,8	-3,9	97,99	-2,01	23,4	25,9

Джерело: складено на основі [4]

Таблиця 3

Зайнятість населення за видами економічної діяльності

	2015 р.			2016 р.		
	усього, тис. грн.	у т. ч. наймані працівники підприємств, установ, організацій		усього, тис. грн.	у т. ч. наймані працівники підприємств, установ, організацій	
		тис.	% до підсумку		тис.	% до підсумку
Усього зайнято	432,3	249,2	100,0	424,8	244,4	100,0
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	107,0	31,5	12,6	99,2	29,0	11,9
Промисловість	53,4	43,6	17,5	54,0	43,8	17,9
Будівництво	8,5	4,2	1,7	8,8	4,4	1,8
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	95,5	20,5	8,2	94,4	18,7	7,7
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	19,5	14,9	6,0	20,5	15,4	6,3
Тимчасове розміщування й організація харчування	4,7	2,7	1,1	4,7	2,6	1,1
Інформація та телекомунікації	4,9	3,5	1,4	4,7	2,8	1,1
Фінансова та страхова діяльність	5,5	5,1	2,0	5,4	5,0	2,0
Операції з нерухомим майном	5,1	3,0	1,2	5,0	3,0	1,2
Професійна, наукова та технічна діяльність	7,4	5,4	2,2	7,4	5,2	2,1
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	6,5	5,1	2,0	6,1	4,6	1,9
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	31,6	31,6	12,7	32,1	32,1	13,1
Освіта	37,5	37,3	15,0	37,5	37,3	15,3
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	33,7	33,3	13,4	33,3	32,8	13,4
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6,6	5,8	2,3	6,9	6,1	2,5
Інші види економічної діяльності	4,9	1,7	0,7	4,8	1,6	0,7

Джерело: складено на основі [4]

Таблиця 4

Показники середньомісячної заробітної по Чернігівській області

Рік	Середньомісячна заробітна плата				
	номінальна				реальна, у % до попереднього року
	гривень	Абсолютне відхилення, грн.	Відносне відхилення, %	у % до прожиткового мінімуму для працевдатних осіб	
2012	2308	-	-	203,5	118,4
2013	2504	196	108,5	205,6	110,0
2014	2690	186	107,4	220,9	94,9
2015	3295	605	122,5	239,1	78,7
2016	4002	707	121,5	250,1	107,0

Джерело: складено на основі [4]

Заборгованість із виплати заробітної плати в 2012–2016 рр.

Рік	Тис. грн.	Абсолютне відхилення до попереднього року	Відносне відхилення до попереднього року	Темпи приросту до попереднього року
2012	20022,5	-1418,5	93,4	-6,6
2013	19918,8	-103,7	99,5	-0,5
2014	16487,2	-3431,6	82,8	-7,2
2015	18180,5	1693,3	110,3	10,3
2016	19049,4	868,9	104,8	4,8

Джерело: складено на основі [4]

це 250,1% до прожиткового мінімуму для працездатних осіб, установленого законодавством.

Що стосується реальної заробітної плати, то вона знижується, адже за рік у країні дуже зростає інфляція, знецінюється гривня, зростає курс долару, а разом із тим і ціни на товари, як імпортні через долар, так і вітчизняні на їх рівні.

Аналізуючи заборгованість із виплати заробітної плати в 2012–2013 рр., можемо простежити поступове її зниження. На жаль, сьогодні, під час воєнної обстановки, даний показник почав зростати. У 2015 р. заборгованість зросла на 1 693,3 тис. грн., або на 10,3%, відносно 2014 р., у 2016 р. заборгованість із виплати заробітної плати також зросла, темп приросту становить 4,8% і дорівнює 19 049,4 тис. грн.

Проаналізувавши діяльність обласного центру зайнятості, відомо, що протягом 2016 р. на обліку в центрах зайнятості області перебували та отримували соціальні послуги 41,2 тис. безробітних (на 13,6% менше порівняно з 2015 р.), кожного третього з яких, а це понад 13 тис. осіб, працевлаштовано. Зокрема, 153 особи започаткували власну справу, скориставшись виплатою допомоги по безробіттю одноразово. На нові робочі місця з компенсацією роботодавцю єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування працевлаштовано 447 осіб.

Окрім того, майже 4,5 тис. безробітних за направленням служби зайнятості набували нових професій та підвищували кваліфікацію, 7,6 тис. залучено до громадських та інших робіт тимчасового характеру.

Станом на 1 січня 2017 р. в області налічувалося 12,4 тис. офіційно безробітних громадян,

що на чверть менше, ніж на цю дату рік тому. На кожне вільне робоче місце претендувало 17 осіб проти 25 торік.

Можна позитивно оцінити роботу служби зайнятості області та законодавчі ініціативи, спрямовані на зниження утриманських настроїв серед безробітного населення, мотивацію громадян до легальної та продуктивної праці. Відзначимо, що в умовах складної економічної та соціальної ситуації, кризових демографічних процесів, які впливають на уповільнення темпів відновлення трудового потенціалу, ускладнюють створення нових та підвищення якості наявних робочих місць, служба зайнятості відіграє важливу роль у зниженні соціальної напруженості, пом'якшенні дисбалансу між попитом і пропозицією робочої сили, у тому числі шляхом організації професійної підготовки та перепідготовки кадрів на замовлення роботодавців, проведення профорієнтаційної роботи з учнівською молоддю та безробітним населенням щодо здобуття актуальних на ринку праці професій.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Основними завданнями, які потребують вирішення у сфері розвитку ринку праці Чернігівської області мають бути:

- повернення безробітних до продуктивної зайнятості та стимулювання самозайнятості населення і створення нових робочих місць суб'єктами малого підприємництва;
- підвищення рівня оплати праці;
- створення належних безпечних і здорових умов праці на підприємствах, установах і організаціях усіх форм власності, зниження виробничого травматизму та професійних захворювань в області.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Онікієнко В.В., Ткаченко Л.Г., Ємельяненко Л.М. Розвиток ринку праці України: тенденції та перспективи. К.: НАН України, 2007. 285 с.
2. Новак І.М. Соціальний розвиток регіонів України: оцінка та напрями зменшення диспропорцій: монографія; НАН України. Ін-т економіки промисловості, Ін-т демографії та соціальних досліджень. Донецьк–Київ, 2008. 185 с.
3. Людський розвиток регіонів України: аналіз та прогноз: колективна монографія / За ред. Е.М. Лібанової. К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2007. 367 с.
4. Офіційний сайт Головного управління статистики у Чернігівській області. URL: chernigivstat.gov.ua.
5. Зуб М.Я. Фактори впливу на розвиток регіонального ринку праці за умов євроінтеграції. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2009. № 5. Т. 1. С. 221–224.
6. Качан Є.П., Обухівський О.О. Регіональна політика ринку праці: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 176 с.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 658.14/.17

ФІНАНСОВИЙ ЛЕВЕРИДЖ ТА УКРАЇНСЬКА СПЕЦИФІКА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

FINANCIAL LEVERAGE AND UKRAINIAN SPECIFICITY OF ITS USE

Антоненко В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, фінансів та економічної безпеки,
Донецький національний технічний університет
(м. Покровськ, Донецька область, Україна)

Дана публікація актуальна у сучасній економічній науці й присвячена дослідженню механізму фінансового леввериджу. Вказаний механізм забезпечує підвищення рентабельності власного капіталу за рахунок оптимального управління структурою його пасивів і диференціалом фінансового леввериджу, причому обидва вказані фактори знаходяться у зоні керованості фінансовим керівництвом підприємства.

У статті розглядаються специфічні економічні умови, які склалися в Україні й які необхідно враховувати під час використання механізму фінансового леввериджу. Такими умовами є значні обсяги дебіторської і кредиторської заборгованостей. Дебіторська заборгованість відволікає фінансові ресурси підприємства і негативно впливає на ефект фінансового леввериджу. Кредиторська заборгованість, навпаки, сприяє підвищенню цього ефекту, оскільки кошти кредиторів використовуються у діяльності підприємства, а плата за ці кошти в Україні практично дорівнює нулю.

З урахуванням указаних аспектів у статті обґрунтовано корективи у формулі ефекту фінансового леввериджу під час її використання в умовах українських підприємств.

Ключові слова: рентабельність, структура капіталу, фінансовий левверидж, дебіторська і кредиторська заборгованість.

Данная публикация актуальна в современной экономической науке и посвящена исследованию механизма финансового леввериджа. Указанный механизм обеспечивает повышение рентабельности собственного капитала за счет оптимального управления структурой его пассивов и дифференциалом финансового леввериджа, причем оба указанных фактора находятся в зоне управляемости финансовым руководством предприятия.

В статье рассматриваются специфические экономические условия, которые сложились в Украине и которые необходимо учитывать при использовании механизма финансового леввериджа. Такими условиями являются значительные объемы дебиторской и кредиторской задолженностей. Дебиторская задолженность отвлекает финансовые ресурсы предприятия и отрицательно влияет на эффект финансового леввериджа. Кредиторская задолженность, напротив, способствует повышению этого эффекта, так как средства кредиторов используются в деятельности предприятия, а плата за эти средства в Украине практически равна нулю.

С учетом указанных аспектов в статье обоснованы коррективы в формуле эффекта финансового леввериджа при ее использовании в условиях украинских предприятий.

Ключевые слова: рентабельность, структура капитала, финансовый левверидж, дебиторская и кредиторская задолженность.

This publication is relevant in modern economic science and is devoted to the study of the mechanism of financial leverage. The shown mechanism provides increase in return on equity due to optimum management of its liabilities structure and of the differential of financial leverage, both of which are under control of the financial management of the enterprise.

The article considers specific economic conditions that have developed in Ukraine and which must be taken into account when using the mechanism of financial leverage. This conditions are significant amounts of accounts receivable and accounts payable. Accounts receivable divert financial resources of the enterprise and adversely affect the effect of financial leverage. Accounts payable, on the contrary, contribute to the increase of this effect, as the creditors' funds are used in the activities of the enterprise, and the fee for these funds is practically zero in Ukraine.

Taking into account the above aspects, the article substantiates the adjustments to the formula of the financial leverage effect when it is used in the conditions of Ukrainian enterprises.

Key words: profitability, capital structure, financial leverage, accounts receivable and accounts payable.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У фінансовому управлінні сучасними підприємствами важливе місце займають фінансові важелі впливу на результати діяльності функціонуючих підприємств. В умовах недостатності власних фінансових ресурсів та залучення підприємствами позикового капіталу (що, до речі, є характерним і специфічним для українських підприємств) одним із найбільш значущих та актуальних механізмів такого управління є достатньо відомий у науці фінансовий леве́ридж. Однак необхідно зауважити, що проведені зарубіжними та українськими науковцями дослідження фінансового леве́риджу, на жаль, не враховують деяких специфічних для вітчизняних, але не характерних для іноземних підприємств, особливостей фінансової діяльності, передусім доволі значні обсяги заборгованостей як в активах, так і в пасивах бухгалтерських балансів.

Зазначені особливості вказують на об'єктивну необхідність урахування дебіторської та кредиторської заборгованостей та відповідне корегування формули ефекту фінансового леве́риджу, що дасть змогу, безумовно, більш коректно застосовувати цю формулу у фінансовому управлінні українськими підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Тема дослідження механізму фінансового леве́риджу та його практичного використання є абсолютно актуальною, науково привабливою і перспективною з погляду забезпечення росту ефективності фінансової діяльності будь-яких підприємств незалежно від їх галузевої приналежності, правового статусу, форми власності чи якихось інших можливих чинників. Саме із цієї причини цей напрям дослідження традиційно приваблює увагу як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, якими професійно описано цей механізм, зокрема зв'язок між рентабельністю власного капіталу та всіма чинниками, що на нього впливають, тобто рентабельністю сукупних активів, вартістю позикового капіталу, структурою пасивів, ставкою податку на прибуток.

Якщо до названих чинників підходить з позиції фінансового управління, то необхідно розділити їх на внутрішні і зовнішні, тому що перші з них (внутрішні) є інструментами управління і, відповідно, важелями впливу на результативність діяльності підприємств, а другі (зовнішні) – об'єктивними умовами, до яких необхідно пристосовуватися й урахувувати їх як даність в управлінні підприємствами. Тому науковці, що переймалися проблемами фінансового менеджменту, свої дослідження, перш за все, зосереджували на першій групі чинників, до яких належать рентабельність сукупних активів та співвідношення власного і позикового капіталу.

Рентабельність як комплексний оціночний показник міри ефективності діяльності підприємств досліджений багатьма вченими, і дуже ретельно, з різних точок зору, у різних аспектах та різними методами. Свого часу вагомий внесок у дослідження вказаної тематики зробили такі науковці, як: В.В. Баліцька, А.М. Бандурка, М.П. Бець, Ф.Ф. Бутинець, В.В. Васильєв, О.С. Гула, А.Ю. Дронова, О.Д. Заруба, Г.П. Звірько, О.А. Зінченко, О. Кононенко, М.Б. Кулинич, Л.А. Лахтіонова, А.М. Лебедева, О.В. Лепьохіна, О.В. Мазуренко, О.В. Павловська, А.М. Поддєрьогін, С.Ф. Покропивний, В.В. Посилаєв, П.Т. Саблук, Г.В. Савицька, Т.М. Ступницька, С.Д. Супрун, М.Ю. Танцюра, І.Н. Топіха, Т.Р. Фецович, С.С. Черниш, Ю.С. Цал-Цалко, Д.Л. Шихмамбетов, С.П. Ярошенко та ін. Однак, беручи переважно курс на глобальність дослідження показників рентабельності, фахівці інколи не переймаються деякими «деталлями», які за певних умов (що створилися, до речі, у сучасній економічній Україні) висуваються на перший план і, відповідно, мають найбільш значний вплив на результуючий показник рентабельності.

У механізмі фінансового леве́риджу важливу роль також відіграє показник структури капіталу підприємства, а тому управління капіталом (зокрема, його структурою) є дієвим чинником підвищення рентабельності власного капіталу підприємства. Дослідженню проблем управління капіталом підприємств присвячено досить багато праць зарубіжних і вітчизняних економістів, зокрема: І.Т. Балабанова, О.Г. Білоруса, М.Д. Білика, І.О. Бланка, Р. Брейлі, Ю. Брігхем, В.А. Вергуна, Н.О. Власова, О.М. Гайдаєнка, Л. Гапенські, М. Гордона, Д.М. Жерліцина, Л.О. Коваленка, В.В. Ковальова, Б. Коласса, О.В. Кузнєцова, Ф. Модільяні, А.С. Наконечної, Т.С. Новашиної, В.В. Новицького, Л.М. Павлової, Г.Б. Поляка, А.М. Поддєрьогіна, А.С. Поручника, Г.В. Савицької, С.В. Сагова, О.О. Сініцина, О.С. Стоянової, О.О. Терещенка, Е. Хелферта, Г.О. Ходової, Дж. Ван Хорна, О.В. Чайковської, О.Є. Чорної, А.П. Шевлюкова, О.О. Шеремета, І.Й. Яремка та багатьох інших. Ними розкрито сутність, склад, поняття вартості власного і позикового капіталу; розроблено систему оцінки ефективності використання його окремих складників; серйозну увагу приділено саме формуванню структури капіталу.

Але, на жаль, перелічені автори практично не приділяють уваги деяким специфічним аспектам досліджуваної теми, а саме застосуванню фінансового леве́риджу в конкретних умовах практики функціонування підприємств: маються на увазі передусім економічні реалії в кожній окремій країні, галузі, особливості певної стадії життєвого циклу підприємства. Саме тому з урахуванням означених невирішених питань ця проблема потребує подальшого наукового поглиблення з дослідженням впливу перелічених чинників на ефект фінансового леве́риджу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття, пов'язане з ідентифікацією та дослідженням специфічних умов застосування механізму фінансового левєриджу, на які багато з науковців узагалі не звертали увагу.

Але необхідно віддати належне тим фахівцям (яких, до речі, досить замало), які певною мірою здійснювали деякі спроби дослідити вказані особливості. Як зазначала у своїй роботі О.В. Курінна, існує низка важливих факторів, урахування яких дає змогу цілеспрямовано формувати структуру капіталу на кожному підприємстві: галузеві особливості господарської діяльності підприємства; стадію життєвого циклу підприємства; ефективність управління виробничим процесом на підприємстві; кон'юнктуру товарного та фінансового ринків; рівень рентабельності активів та операційної діяльності; ставлення інвесторів та кредиторів до підприємства; рівень оподаткування прибутку; фінансовий менталітет власників та менеджерів підприємства; ступінь концентрації власного капіталу, прагнення власників зберегти контрольний пакет акцій [1].

У цьому сенсі заслуговують на увагу роботи таких науковців, які з різних позицій звертали увагу на означену проблему. Ці роботи можна класифікувати так:

– до першої групи відносимо роботу В.О. Грінченко, яка переймалася комплексним визначенням особливостей структури капіталу підприємств залежно від трьох чинників: країни їх функціонування (Україна, Польща, Німеччина), виду економічної діяльності і розміру підприємств. У її роботі цікавим є таке: по-перше, вона підкреслювала наявність особливостей впливу економік цих країн на фінансовий левєридж і, на нашу думку, досить влучно твердила: «В Україні високий рівень фінансового левєриджу пояснюється слабким рівнем розвитку фондового ринку та неспроможністю українських підприємств фінансувати свою діяльність із внутрішніх джерел через недостатній для цього рівень нерозподіленого прибутку»; по-друге, звертала увагу на галузевий вплив на фінансовий левєридж, а саме що найбільший фінансовий левєридж в Україні спостерігається у галузях торгівлі, будівництва, переробної промисловості та інформації і телекомунікацій, що пояснюється, як пише авторка, фінансуванням даних підприємств переважно за рахунок торгового кредиту»; по-третє, є цікавим її висновок, що на українських підприємствах зі збільшенням розміру підприємств частка власного капіталу також збільшується, а позикового, відповідно, зменшується [2]. Отже, робота В.О. Грінченко має тематичне значення і для нашого дослідження; більше того, відзначимо, що її робота є чи не найпершою спробою подібного комплексного дослідження;

– дослідження тих науковців, які зосереджуються виключно на галузевому чиннику, а саме роботи колективу авторів у складі П. Юхименка,

О. Загурського і В. Могилка [3], які вивчали структуру капіталу в контексті впливу на неї одного чинника – галузевих особливостей української економіки (зауважимо, ці автори, на нашу думку, зачіпають занадто багато напрямів цієї теми на шкоду рівню глибини дослідження); О. Короленко [4], яка досліджувала фінансовий левєридж на базі підприємств важкого машинобудування, С.В. Шубіної зі співавторами [5], які пропонують свою методіку оптимізації структури капіталу з урахуванням галузевих особливостей пивоварної галузі (відзначимо, що зазначена робота має, безумовно, перспективну практичну спрямованість, але науковий підхід авторів є дещо звуженим); Т.А. Яковець [6], яка зробила в принципі таке саме дослідження на прикладі підприємств лісового господарства; О. Пилипенко і Е. Соколової [7] – на прикладі залізничного транспорту і врешті-решт – А.В. Івка [8], який навіть зробив спробу розроблення комплексного інтегрального показника цільової структури капіталу з урахуванням галузевої приналежності підприємства;

– роботу В.О. Семенюк [9], яка заслуговує на підвищену увагу, тому що в ній за даними акціонерних товариств енергетичної галузі зроблено цікаве дослідження зв'язку фінансового левєриджу з факторами моделі DuPont. У контексті необхідності розширення та поглиблення дослідження фінансового левєриджу ця робота є досить значущою;

– напрацювання науковців щодо вивчення впливу фактора власності на структуру капіталу підприємств. Такий вплив досліджували, наприклад: з урахуванням особливостей діяльності акціонерних товариств – Н.М. Давиденко, Б.С. Стеценко, К.С. Салига і А.А. Писаренко [10–12] (але їх роботи більш націлені на зважування співвідношення часток власного (акціонерного) і позикового капіталу і меншою мірою пов'язують його з ефектом фінансового левєриджу) і Н.В. Бичкова [13], яка, застосовуючи математичний апарат, досить ретельно проаналізувала кореляцію між рентабельністю власного і часткою позикового капіталу за даними акціонерних товариств гірничо-металургійного і паливно-енергетичного комплексів, машинобудування і хімічної промисловості. Цьому чиннику (формі власності) також присвятила свою роботу О.А. Горбатенко [14], яка в назві своєї публікації анонсувала питання оптимізації структури капіталу підприємств із державною часткою, що для вітчизняної економіки, безумовно, залишається сьогодні досить актуальним. Але, на нашу думку, у цій роботі не обґрунтовано особливості формування структури капіталу вказаних підприємств, а наведені методи її (структури капіталу) формування не тільки не є специфічними для таких підприємств, а взагалі не враховують форму власності і підходять для будь-яких суб'єктів незалежно від характеристик власника.

Однак варто зазначити, що названими вище чи будь-якими іншими науковцями досі не було

порушено питання щодо вивчення факторного впливу такої особливості українських підприємств, як наявність в їх бухгалтерських балансах надто високої частки короткострокової і поточної заборгованостей. Так, за підрахунками цитованої вже В.О. Грінченко [2], частка короткострокової заборгованості у середньому для українських підприємств доходить до 48% (тоді як на підприємствах Польщі і Німеччині – 32% і 33% відповідно), довгострокової – 20% (у Польщі і Німеччині – 18% і 38%), а в цілому на підприємствах цих країн сумарна заборгованість сягає відповідно 68%, 50% і 71%. Підкреслимо, що в Україні велика частка саме короткострокової заборгованості, у складі якої переважає безоплатна кредиторська заборгованість (70,6% від усієї заборгованості, у Польщі – 64,0% і в Німеччині – 46,5%), є типовим явищем, тому це необхідно враховувати під час формування структури капіталу цих підприємств і відповідно корегувати розрахунок ефекту фінансового левеїджу.

Щодо зв'язку фінансового левеїджу з дебіторською заборгованістю, то варто підкреслити, що фінансисти досі взагалі не звертали уваги на це питання і не переймалися його дослідженням.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). З урахуванням вище викладеного метою даної публікації є дослідження впливу кредиторської і дебіторської заборгованостей на ефект фінансового левеїджу і на підставі цього – відповідне корегування формули ефекту фінансового левеїджу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Дослідження базується на відомій у фінансовій науці формулі фінансового левеїджу, яка достатньо поширена серед науковців, та доведенні актуальності і необхідності її корегування з включенням даних про кредиторську і дебіторську заборгованості.

З огляду на поширеність фінансового левеїджу, навіть не варто давати якісь поси-

лання на присвячені йому першоджерела, бо їх надто багато, а підходи до його ефекту загальноприйняті. За сутністю ефект фінансового левеїджу полягає у прирості коефіцієнта рентабельності власного капіталу під час залучення позикового, а формула цього ефекту має такий вигляд:

$$\text{ЕФЛ} = (1 - \text{Спп}) \cdot (\text{КВРА} - \text{ПК}) \cdot \text{ЗК} / \text{ВК}, \quad (1)$$

де ЕФЛ – ефект фінансового левеїджу, %;

Спп – ставка податку на прибуток, що виражена десятковим дробом;

КВРА – коефіцієнт валової рентабельності активів (відношення валового прибутку до середньої вартості активів), %;

ПК – середній розмір відсотків за кредит, що сплачує підприємство за використання позикового капіталу, %;

ЗК – середня сума позиченого капіталу, що використовується підприємством;

ВК – середня сума власного капіталу підприємства.

Якщо не враховувати так званий податковий коректор $(1 - \text{Спп})$, який залежить від податкової ставки з податку на прибуток, а не від керівництва підприємства, то, як видно з формули (1), на ЕФЛ мають вплив два чинники: диференціал фінансового левеїджу $(\text{КВРА} - \text{ПК})$ і коефіцієнт фінансового левеїджу $(\text{ЗК} / \text{ВК})$ – саме на ці показники може впливати керівництво підприємства. Змінюючи їх, можна управляти рентабельністю власного капіталу (табл. 1). Графічно інтерпретацію отриманих у табл. 1 результатів розрахунків показано на рис. 1.

Як раніше доведено, необхідно враховувати специфіку наявності в балансах українських підприємств значної частки кредиторської і дебіторської заборгованостей, які, як видно з традиційної в літературі формули (1), окремо не мають в ній місця.

По-перше, ця формула використовує поняття «позичений капітал» та «проценти за кредит», а за зростання питомої ваги кредиторської заборгованості у загальній сумі позикового капіталу середня вартість позикового капіталу зменшу-

Таблиця 1

Вплив диференціалу і коефіцієнту фінансового левеїджу на ефект фінансового левеїджу

ЗК / ВК	(КВРА – ПК), %									
	- 25	- 20	-15	-10	-5	+5	+10	+ 15	+ 20	+ 25
ЕФЛ, %										
10/90	-2,78	-2,22	-1,67	-1,11	-0,56	+0,56	+1,11	+1,67	+2,22	+2,78
20/80	-6,25	-5	-3,75	-2,5	-1,25	+1,25	+2,5	+3,75	+5	+6,25
30/70	-10,71	-8,57	-6,43	-4,29	-2,15	+2,15	+4,29	+6,43	+8,57	+10,71
40/60	-16,67	-13,33	-10	-6,67	-3,33	+3,33	+6,67	+10	+13,33	+16,67
50/50	-25	-20	-15	-10	-5	+5	+10	+15	+20	+25
60/40	-37,5	-30	-22,5	-15	-7,5	+7,5	+15	+22,5	+30	+37,5
70/30	-58,33	-46,67	-35	-23,33	-11,67	+11,68	+23,33	+35	+46,67	+58,33
80/20	-100	-80	-60	-40	-20	+20	+40	+60	+80	+100
90/10	-225	-180	-135	-90	-45	+45	+90	+135	+180	+225

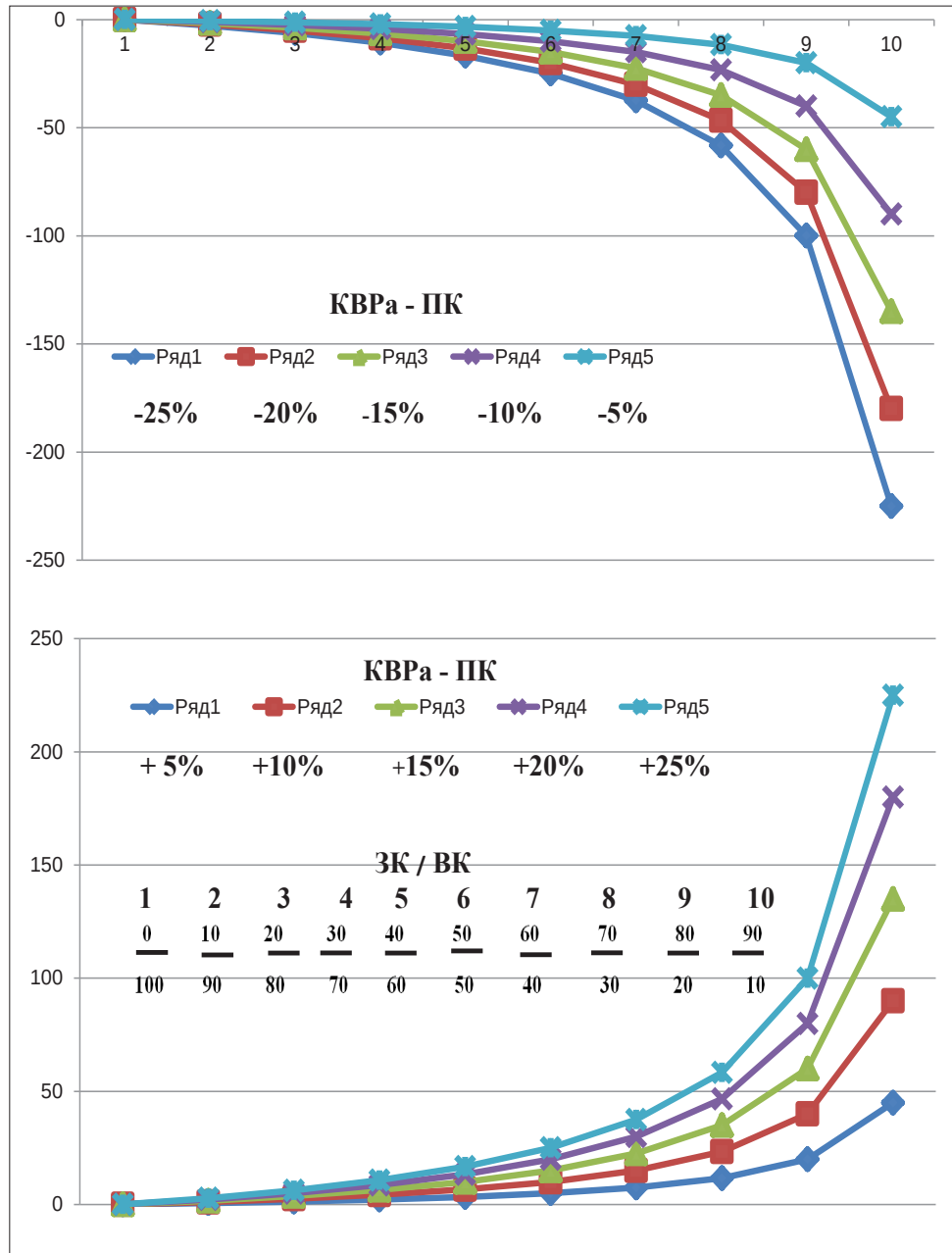


Рис. 1. Залежність ефекту фінансового левіриджу (ЕФЛ) від показника перевищення валової рентабельності активів (КВР_а) над середнім розміром плати за позиковий капітал (ПК) та від співвідношення позикового (ЗК) і власного (ВК) капіталу

ється, бо в Україні кредиторська заборгованість практично є безплатною (винятком є заборгованість перед бюджетом і деякі незначні суми іншої заборгованості).

Тоді за умови додатного значення диференціалу фінансового левіриджу (КВР_а – ПК) чим більша частка цієї заборгованості, тим більшим для підприємства є ефект зростання рентабельності власного капіталу – саме так тлумачиться усіма науковцями позитивний ефект фінансового левіриджу. Необхідно вказати на економічну вигоду залучення саме безплатного позикового капіталу, тому що при цьому зростає не тільки значення диференціалу фінансового

левіриджу, а й коефіцієнт фінансового левіриджу (ЗК / ВК), а тому в комплексі це має подвійний позитивний вплив на зростання рентабельності власного капіталу.

Якщо позиковий капітал розділити на платний ЗК_{пл} із його вартістю ПК_{пл} та безплатний ЗК_{без}, то плата за нього як середньозважена величина розраховується за формулою:

$$ПК = (ПК_{пл} \cdot ЗК_{пл} + 0 \cdot ЗК_{без}) / ЗК = ПК_{пл} \cdot d_{пл}, \text{ або } ПК_{пл} \cdot (1 - d_{без}), \quad (2)$$

де $d_{пл}$ і $d_{без}$ – відповідно частка платного і безплатного позикового капіталу у складі сукупного позикового капіталу.

Тоді формула (1) реформується так:

$$EFL = (1 - C_{nn}) \cdot [KBP_a - PK_{pl} \cdot (1 - d_{bez})] \cdot ZK / BK. \quad (3)$$

Отже, математично показано, що за зростання ZK_{bez} ефект фінансового левериджу посилюється.

Попри це деякі науковці, взагалі ігноруючи це, вказують, що «ПК – рівень плати за користування кредитними коштами (охоплює не лише відсотки по кредиту, а й також різного роду комісії чи винагороди банку та плату за обслуговування кредитного майна)» [7], тобто здійснюють заміну позикового капіталу банківськими кредитами. Вважаємо, що така заміна неприпустима, бо втрачається суттєвий аспект прояву фінансового левериджу за зміни структури позикового капіталу.

У численних наукових публікаціях указується, що від'ємне значення диференціалу фінансового левериджу провокує відповідне зменшення рентабельності власного капіталу, що може призвести і до його збитковості. Наголосимо, що за традиційного підходу до цієї ситуації (формула (1)) зростання коефіцієнту фінансового левериджу (ZK / BK) має негативний вплив на рентабельність власного капіталу, який полягає у зростанні вказаного коефіцієнту за незмінної величини диференціалу фінансового левериджу. Але якщо враховувати безоплатність ZK_{bez} і формулу (3), то значення диференціалу буде зменшуватися за зростання d_{bez} , що за незмінних інших умов уповільнює зменшення рентабельності власного капіталу.

Таким чином, залучення безоплатного позикового капіталу, до якого належить значна частина кредиторської заборгованості (що, як було вказано, є характерним для українських підприємств), позитивно впливає на зростання додатного значення ефекту фінансового левериджу і гальмує збільшення його негативного ефекту.

Безумовно, залучення кредиторської заборгованості має бути під контролем фінансових менеджерів, щоб не допускати ситуацію втрати платоспроможності підприємства. Не допускаючи розвитку такої ситуації, можна до певної критичної межі поліпшувати рентабельність власного капіталу за рахунок коштів кредиторів.

Ефект фінансового левериджу знаходиться також під впливом дії дебіторської заборгованості, яка, як зазначалося вище, вихолощує можливості прояву цього ефекту і за її зростання приводить до його (ефекту) зменшення. На кожному підприємстві в певні періоди часу обсяги дебіторської і кредиторської заборгованостей можуть значною мірою коливатися як в один, так і в інший бік; причому якщо дебіторська заборгованість більша за кредиторську, то за рахунок цього перевищення капітал підприємства в більшій мірі функціонує не на цьому підприємстві, а в інших суб'єктів, що не може

негативно відбиватися на рентабельності власного капіталу підприємства. Якщо ж кредиторська заборгованість більше за дебіторську, то контролюючи це співвідношення для недопущення втрати платоспроможності, можна забезпечувати додатний приріст ефекту фінансового левериджу.

Покажемо це у формалізованому вигляді, скорегувавши формулу (3), для чого перетворимо коефіцієнт валової рентабельності активів KBP_a . Цей коефіцієнт є відношенням валового прибутку (ВП) до середньої вартості активів (А). У складі активів дебіторська заборгованість функціонує поза підприємства, тому не має активного впливу на отримання підприємством прибутку. Позначимо активи без дебіторської заборгованості як $(A - DЗ)$; ці активи приносять підприємству валовий прибуток із коефіцієнтом $KBP(a-dз)$ валової рентабельності активів без дебіторської заборгованості, за цих умов валовий прибуток можна розрахувати множенням $(A - DЗ)$ на $KBP(a-dз)$, тобто: $ВП = (A - DЗ) \cdot KBP(a-dз)$. До речі, такий метод розрахунку валового прибутку є більш об'єктивним із погляду оцінювання ефективності власної діяльності підприємства без урахування активів, що відволікаються до дебіторів.

Отже, коефіцієнт KBP_a отримує такий вигляд:

$$KBP_a = ВП / A = (A - DЗ) \cdot KBP(a-dз) / A = KBP(a-dз) \cdot (1 - dдз), \quad (4)$$

де $dдз$ – частка дебіторської заборгованості в активах підприємства.

Підставимо рівняння (4) у (3):

$$EFL = (1 - C_{nn}) \cdot [KBP(a-dз) \cdot (1 - dдз) - PK_{pl} \cdot (1 - d_{bez})] \cdot ZK / BK. \quad (5)$$

Як бачимо з формули (5), збільшення дебіторської заборгованості призводить до зменшення ефекту фінансового левериджу, а занадто великі обсяги такої заборгованості можуть призводити й до майже повного нівелювання його прояву. Наприклад, Л.П. Ткачик і В.В. Пфайфер, досліджуючи ефект фінансового важеля ПАТ «Центренерго», пишуть: «Ефект фінансового важеля набував як додатного, так і від'ємного значень. ... даний показник становив 0,76%, це означає, що рентабельність власного капіталу збільшиться на 0,76% за рахунок залучення позикових коштів. Дане значення показника є нормальним для вітчизняних підприємств, хоча далеко не дотягує до нормативного європейського у 30–50%» [15]. Поясненням факту «недотягнення» цього показника до 30–50% може бути, скоріше за все, різке збільшення обсягу дебіторської заборгованості, яке за темпом перевищувало зростання позикового капіталу, тобто математично у формулі (5) темп зростання частки дебіторської заборгованості в активах підприємства ($dдз$) більше за зростання коефіцієнту фінансового левериджу (ZK / BK), а їх подвійний одночасний вплив призводить до гальмування («недотягнення») ефекту фінансового

левериджу ЕФЛ. На жаль, у цитованій публікації відсутні дані щодо складу активів чи зміни дебіторської заборгованості досліджуваного ПАТ «Центренерго», тому довести це числовими розрахунками неможливо. Але припущення про зв'язок впливу дебіторської заборгованості на стримування ефекту фінансового левериджу є цілком виправданим і актуальним для багатьох українських підприємств.

Таким чином, формулу ефекту фінансового левериджу (формула 5) скориговано на безоплатну кредиторську та дебіторську заборгованість, як і було анонсовано раніше за мету цієї публікації.

Необхідно окремо зупинитися на такому важливому аспекті стосовно оптимізації дебіторської заборгованості: її наявність до обґрунтованої межі є необхідною, бо надає підприємству певні конкурентні переваги і можливості утримувати його покупців. Іншими словами, повністю позбутися дебіторської заборгованості уявляється неможливим та економічно не вигідним. Тому необхідно дотримуватися мінімально обґрунтованого її значення, порівнюючи між собою наслідки зменшення цієї заборгованості з наслідками її збільшення, що розглянемо за формулами (4) і (5). Так, за цими формулами зменшення ддз призводить до зростання КВРа і до зростання ЕФЛ; але при цьому відмова надання відстрочок у погашенні заборгованості дебіторам загрожує втратою певної частки обсягу реалізації і валового прибутку ВП, що негативно впливатиме на КВРа і на ЕФЛ. Навпаки, за зростання ддз будуть відбутися зворотні процеси: зменшення КВРа і ЕФЛ, але водночас зростання ддз заохочуватиме покупців до збільшення закупівель у цього підприємства, що дасть йому можливість отримати додатковий обсяг реалізації і валового прибутку і позитивно позначиться на зростанні тих самих КВРа і ЕФЛ. Отже, дія цих двох різноспрямованих тенденцій має

бути зважена конкретно для умов кожного підприємства, щоб воно вибрало відповідне правильне рішення.

За формулою (5) на ЕФЛ мають вплив (якщо не враховувати податковий коректор) принаймні п'ять таких чинників: КВР(а-дз), ддз, ПКпл, дбез та ЗК / ВК, і їх комплексна дія може бути досить різноманітною.

У цьому контексті нас більше цікавить факторний вплив на ЕФЛ чинників ддз і дбез, тому для спрощення факторного аналізу абсолютно довільно зробимо припущення: по-перше, розглянемо варіант, за яким ЗК / ВК приймає значення 50/50; по-друге, виберемо два варіанти зіставлення КВР(а-дз) і ПКпл, а саме: +10% і -10%, які перетворюються відповідно у КВРа і ПК, за умови, що ддз і дбез дорівнюватимуть нулю, тобто КВР(а-дз) приймемо за +25% (+5%), а ПКпл – 15%. За цих умов у табл. 2 і 3 зробимо розрахунки, подібні до тих, які зроблені в табл. 1, а на рис. 2 і 3 покажемо графічне зображення отриманих результатів.

Якщо додати вплив фактору структури капіталу ЗК / ВК, то, звісно, тенденція зміни показника ЕФЛ буде більш гнучкою; у будь-якому разі за збільшення частки позикового капіталу значення ефекту ЕФЛ буде зростати, а змінювання дебіторської і безоплатної кредиторської заборгованостей буде додавати до цієї зміни свій додатковий вплив, посилюючи прояв цього ефекту.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Особливості українських підприємств, тобто наявність досить значних обсягів дебіторської і кредиторської заборгованостей, зумовлюють корегування формули ефекту фінансового левериджу, що було зроблено у даній публікації. Скорегована формула цього ефекту дає змогу більш коректно й обґрунтовано оцінювати можливості збільшення рентабельності власного капіталу не тільки за рахунок застосовуваних за традиційного підходу чинників, а й з урахуванням дії дебіторської і кредиторської заборгованостей.

Таблиця 2

Вплив дебіторської та безоплатної кредиторської заборгованості на ефект фінансового левериджу (за ЗК / ВК = 50 / 50, КВР(а-дз) = 25%, ПКпл =15%)

дбез	ддз									
	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9
	ЕФЛ, %									
0,0	+8,2	+9,43	+10,66	+11,89	+13,12	+14,35	+15,58	+16,81	+18,04	+19,27
0,1	+6,15	+7,38	+8,61	+9,84	+11,07	+12,3	+13,53	+14,76	+15,99	+17,22
0,2	+4,1	+5,33	+6,56	+7,79	+9,02	+10,25	+11,48	+12,71	+13,94	+15,17
0,3	+2,05	+3,28	+4,51	+5,74	+6,97	+8,2	+9,43	+10,66	+11,89	+13,12
0,4	0	+1,23	+2,46	+3,69	+4,92	+6,15	+7,38	+8,61	+9,84	+11,07
0,5	-2,05	-0,82	+0,41	+1,64	+2,87	+4,1	+5,33	+6,56	+7,79	+9,02
0,6	-4,1	-2,87	-1,64	-0,41	+0,82	+2,05	+3,28	+4,51	+5,74	+6,97
0,7	-6,15	-4,92	-3,69	-2,46	-1,23	0	+1,23	+2,46	+3,69	+4,92
0,8	-8,2	-6,97	-5,74	-4,51	-3,28	-2,05	-0,82	+0,41	+1,64	+2,87
0,9	-10,25	-9,02	-7,79	-6,56	-5,33	-4,1	-2,87	-1,64	-0,41	+0,82

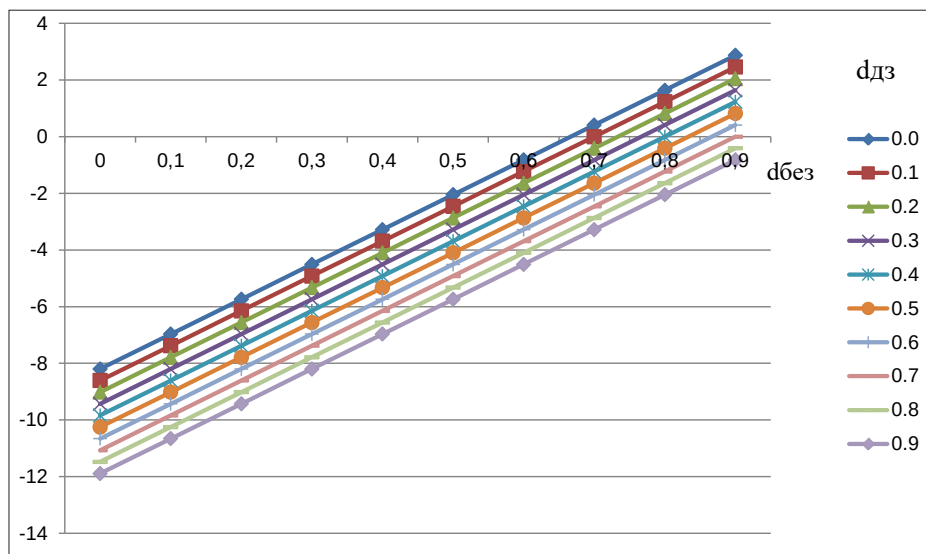


Рис. 2. Вплив дебіторської та безоплатної кредиторської заборгованості на ефект фінансового левериджу (за ЗК / ВК = 50 / 50, КВР(а-дз) = 5%, ПКпл =15%)

Таблиця 3

Вплив дебіторської та безоплатної кредиторської заборгованості на ефект фінансового левериджу (за ЗК / ВК = 50 / 50, КВР(а-дз) = 5%, ПКпл =15%)

дбез	ддз									
	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9
	ЕФЛ, %									
0,0	-8,2	-6,97	-5,74	-4,51	-3,28	-2,05	-0,82	+0,41	+1,64	+2,87
0,1	-8,61	-7,38	-6,15	-4,92	-3,69	-2,46	-1,23	0	+1,23	+2,46
0,2	-9,02	-7,79	-6,56	-5,33	-4,1	-2,87	-1,64	-0,41	+0,82	+2,05
0,3	-9,43	-8,2	-6,97	-5,74	-4,51	-3,28	-2,05	-0,82	+0,41	+1,64
0,4	-9,84	-8,61	-7,38	-6,15	-4,92	-3,69	-2,46	-1,23	0	+1,23
0,5	-10,25	-9,02	-7,79	-6,56	-5,33	-4,1	-2,87	-1,64	-0,41	+0,82
0,6	-10,66	-9,43	-8,2	-6,97	-5,74	-4,51	-3,28	-2,05	-0,82	+0,41
0,7	-11,07	-9,84	-8,61	-7,38	-6,15	-4,92	-3,69	-2,46	-1,23	0
0,8	-11,48	-10,25	-9,02	-7,79	-6,56	-5,33	-4,1	-2,87	-1,64	-0,41
0,9	-11,89	-10,66	-9,43	-8,2	-6,97	-5,74	-4,51	-3,28	-2,05	-0,82

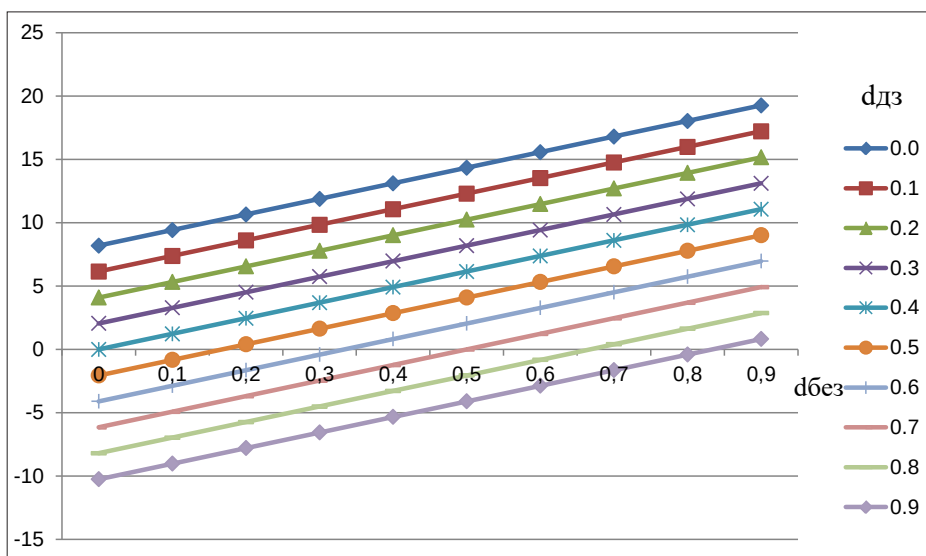


Рис. 3. Вплив дебіторської та безоплатної кредиторської заборгованості на ефект фінансового левериджу (за ЗК / ВК = 50 / 50, КВР(а-дз) = 5%, ПКпл =15%)

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Курінна О.В. Теоретичні аспекти оптимізації структури капіталу підприємства. Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка». 2012. № 12. С. 94–100.
2. Гринченко В.О. Порівняльний аналіз структури капіталу українських, польських та німецьких підприємств. Економіка: реалії часу. 2016. № 1(23). С. 20–28.
3. Юхименко П., Загурський О., Могилко В. Теорії оптимізації структури капіталу підприємства та їх адаптація до українських економічних реалій. Банківська справа. 2010. № 2/3. С. 78–86.
4. Короленко О. Вплив фінансової структури капіталу на результати діяльності компаній. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/Администратор/Мои%20документы/Downloads/Nv_2014_2_10.pdf.
5. Шубіна С.В. Методика аналізу структури капіталу та її впливу на прибутковість підприємства (на прикладі ПАТ «САН ІнБев УКРАЇНА»). Вісник Університету банківської справи. 2017. № 1(28). С. 78–83.
6. Яковець Т.А. Розрахунок оптимальної структури капіталу для підприємств лісового господарства Економічний аналіз. 2013. Вип. 12. Ч. 4. С. 175–179.
7. Пилипенко О., Соколова Е. Методичні підходи до оцінки і оптимізації структури капіталу підприємства залізничного транспорту. Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». 2016. Вип. 35. С. 97–114.
8. Івко А.В. Комплексний показник оптимальної цільової структури капіталу підприємства. Європейський вектор економічного розвитку. 2011. № 2(11). С. 105–110.
9. Семенюк В.О. Декомпозиція критеріїв ефективності функціонування корпорацій за допомогою методики DU PONT. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 18. С.104–109.
10. Давиденко Н.М. Фінансовий леверидж в оптимізації структури капіталу акціонерних товариств. Агро-світ. 2015. № 1. С. 10–13.
11. Стеценко Б. Теоретичні підходи до визначення оптимальної структури капіталу акціонерного товариства. Ринок цінних паперів. Вісник ДКЦПФР. 2010. № 5/6. С. 41–47.
12. Салига К.С., Писаренко А.А. Оптимізація структури капіталу підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 10. С. 27–29.
13. Бичкова Н.В. Оптимізація структури капіталу вітчизняних підприємств у контексті підвищення ефективності фінансової діяльності. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. № 1(48). С. 16–23.
14. Горбатенко О.А. Методи оптимізації структури капіталу підприємств з державною часткою. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/metodi-optimizatsiyi-strukturi-kapitalu-pidpriemstv-z-derzhavnoyu-chastkoyu>.
15. Ткачик Л.П., Пфайфер В.В. Методи оптимізації структури позикового капіталу підприємства. Молодий вчений. 2015. № 12(27). Ч. 2. С. 173–176.

ВПЛИВ ПОЛІТИКИ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ НА ГРОШОВО-КРЕДИТНУ СФЕРУ В УМОВАХ РЕЖИМУ ІНФЛЯЦІЙНОГО ТАРГЕТУВАННЯ

THE INFLUENCE OF THE NATIONAL BANK POLICY ON MONETARY SPHERE UNDER CONDITIONS OF THE INFLATION TARGETING

Гурська Ю.О.

магістрант,

Львівський національний університет імені Івана Франка

Пайтра Н.Г.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри фінансів, грошового обігу кредиту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті розглянуто тенденції реалізації грошово-кредитної політики Національного банку України в умовах становлення режиму таргетування інфляції. Охарактеризовано цілі діяльності монетарного регулятора та інструменти, які знаходяться в його арсеналі. Проаналізовано динаміку показника інфляції та монетарних механізмів, які НБУ використовує для її стабілізації. Наведено можливі шляхи вдосконалення політики Національного банку України.

Ключові слова: грошово-кредитна політика, інфляція, таргетування інфляції, монетарні інструменти, облікова ставка, норми обов'язкових резервів, операції на відкритому ринку.

В статье рассмотрены тенденции реализации денежно-кредитной политики Национального банка Украины в условиях становления режима таргетирования инфляции. Описаны цели деятельности монетарного регулятора и инструменты, которые находятся в его арсенале. Проанализирована динамика показателя инфляции и монетарных механизмов, которые НБУ использует для ее стабилизации. Приведены возможные пути совершенствования политики Национального банка Украины.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, инфляция, таргетирование инфляции, монетарные инструменты, учетная ставка, нормы обязательных резервов, операции на открытом рынке.

In the article we have considered the trends of the monetary policy realization of the National Bank of Ukraine under conditions of the inflation targeting implementation. We have determined the main purpose of the monetary regulator and the tools, which are in its arsenal. The dynamics of inflation and monetary mechanisms, which the National Bank uses to overcome it, is analyzed. We have adduced possible ways to improve the policy of the National Bank of Ukraine.

Key words: monetary policy, inflation, inflation targeting, monetary instruments, discount rate, minimum reserve requirements, open market operations.

Постановка проблеми. З кінця 2013 року економіка України перебуває в шоковому стані у зв'язку зі складними політичними зовнішньоекономічними умовами, недосконалим ринковим механізмом, відсутністю чіткого вектору розвитку. Саме тому економічна політика держави повинна базуватися на скоординованому застосуванні сукупності інструментів бюджетного, фіскального та монетарного регулювання відповідно до економічної кон'юнктури.

Варто зазначити, що грошово-кредитна політика центрального банку відіграє важливу роль в економічній політиці держави, є ефективним механізмом впливу на економічні процеси в кра-

їні, а також сприяє досягненню загальнодержавних стратегічних цілей, спрямованих на стале економічне зростання.

Основним завданням, що потребує вирішення, є створення дієвої грошово-кредитної системи, здатної ефективно впливати на економічні процеси в країні. Цей механізм має будуватися на науково обґрунтованих засадах та враховувати макроекономічний аналіз і прогноз майбутньої ситуації. Важливим також є забезпечення взаємодії Нацбанку як головного провідника монетарної політики з іншими органами влади, а також міжнародними фінансовими та регулятивними організаціями. НБУ має у своєму арсеналі достатню

кількість грошово-кредитних інструментів для забезпечення економічного зростання, але важливим є їх чітке структурування та визначення ролі кожного в монетарній політиці Нацбанку в умовах євроінтеграційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Особливості застосування та вплив грошово-кредитної політики на економічні процеси в країні вивчали зарубіжні та вітчизняні науковці, серед яких слід назвати таких, як Дж.М. Кейнс, М. Фрідман, П. Самюельсон, С. Стельмах, А. Мороз, М. Савлук, М. Пуховкіна, І. Лютий, О. Дзюблюк, М. Швайко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас динамічне економічне середовище формує умови, в яких монетарна політика потребує системного корегування для досягнення максимальної ефективності своєї реалізації.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз здійснення монетарного впливу Національного банку України на економічну кон'юнктуру та визначення ефективності застосування конкретних інструментів грошово-кредитного регулювання у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. За визначенням, поданим у Законі України «Про Національний банк України», грошово-кредитна політика – це комплекс заходів у сфері грошового обігу та кредиту, спрямованих на забезпечення стабільності грошової одиниці України через використання визначених цим Законом засобів та методів [1].

Варто взяти до уваги визначення, подане І. Лютим, на думку якого «економічна сутність грошово-кредитної політики полягає в сукупності економічних та адміністративних заходів держави і Національного банку, спрямованих на використання економічних інструментів грошово-кредитного механізму для здійснення впливу на суб'єктів грошово-кредитного ринку з метою стабілізації національної грошової одиниці, регулювання пропозиції грошової маси, ліквідності та кредитоспроможності банківських інститутів для забезпечення необхідного економічного зростання, зайнятості й стримування інфляційних процесів» [2, с. 20].

Реалізація монетарної політики потребує визначення її цілей. Пріоритетною метою грошово-кредитної політики НБУ визначено досягнення та підтримку цінової стабільності в державі, тобто забезпечення купівельної спроможності національної валюти (гривні). Досягнення цієї мети потребує зниження інфляції та утримання її на рівні однозначного показника в середньостроковій перспективі. Для її досягнення НБУ застосовує режим інфляційного таргетування. Цей режим передбачає публічне оголошення Національним банком кількісної мети інфляції та конкретних часових меж, в яких цю мету має бути досягнуто.

Варто проаналізувати показники інфляції впродовж років, протягом яких вона була визнана номінальним якорем, у розрізі її прогнозів, визначених НБУ, та фактичних значень, досягнених в процесі реалізації грошово-кредитної політики Національного банку країни (рис. 1).

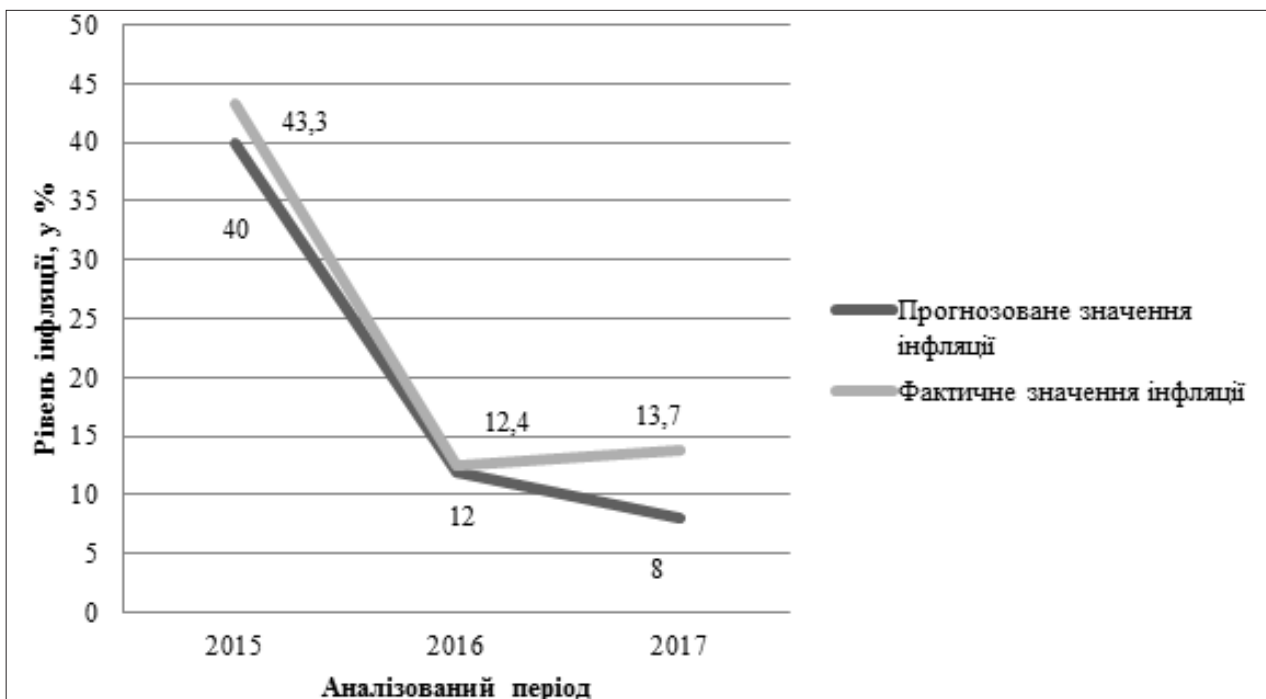


Рис. 1. Аналіз досягнення Національним банком України визначених орієнтирів споживчої інфляції

Джерело: побудовано на основі даних НБУ

У квітні 2015 року інфляція досягнула свого пікового значення. Така ситуація була спричинена різким знеціненням гривні та підвищенням адміністративно регульованих цін та тарифів. Для зменшення інфляції та забезпечення цінової стабільності НБУ проводив стриману грошово-кредитну політику, спрямовану на стабілізацію інфляційних очікувань. Крім цього, важливими чинниками регулювання стали зниження цін на зовнішніх ринках та досить жорстка фіскальна політика. Це сприяло уповільненню споживчої інфляції, що надалі характеризувалась незмінною тенденцією до зниження.

Як бачимо з рис. 1, значення інфляції (ІЦ) на кінець аналізованого року становило 43,3%, що незначно відхилилось від прогнозу. Але варто зазначити, що основне зростання показника відбулося в першій половині 2015 року.

Щодо 2016 року, то відбулося стрімке зниження споживчої інфляції, а саме до 12,4%. Тобто НБУ досяг встановлених Стратегією монетарної політики на 2016–2020 роки інфляційних цілей на рівні $12\% \pm 3$ в. п.

Значне гальмування інфляції у 2016 році спричинене насамперед [4, с. 4]:

- послабленням інфляційного тиску;
- проведенням поміркованої монетарної та фіскальної політики;
- посиленням ролі облікової ставки та її виваженим зниженням протягом року (з 22% до 14%);
- утриманням фіскального дефіциту в цільових межах;
- поліпшенням інфляційних та курсових очікувань;
- забезпеченням помірної волатильності обмінного курсу гривні.

Однак, незважаючи на позитивні тенденції ефективної реалізації грошово-кредитної політики НБУ у 2016 році, виявлялось тимчасове зростання девальваційного тиску на гривню наприкінці аналізованого року. Причиною цього стали такі фактори, як збільшення підприємствами виплат за зовнішніми кредитами, грудневе нарощення бюджетних видатків, а також психологічний чинник, зумовлений капіталізацією за рахунок державних коштів ПАТ КБ «Приватбанк» [4, с. 4].

2017 рік характеризувався прискоренням інфляції, яка становила 13,7%, тобто перевищила мету Національного банку у $8\% \pm 2$ в. п. на кінець року. Таке явище пояснюють дією чинників, на які інструменти політики Нацбанку мають обмежений вплив.

Окрім впливу на інфляцію, спричинену монетарними факторами, Національний банк може опосередковано впливати на обсяги споживання, кредитування, інвестування, сприяти підвищенню ділової активності та розвитку ринкової економіки.

Для реалізації монетарної політики Національний банк України застосовує різноманітні

економічні засоби та методи регулювання грошово-кредитних відносин. На їх вибір впливають стан економіки, платіжного балансу, фінансових ринків, обсяги міжнародних резервів, наявність зв'язку між інструментами грошово-кредитної політики та реальним сектором економіки, а також визначені пріоритетні цілі НБУ. Крім вибору конкретного інструмента впливу, Нацбанк також визначає його величину, корегує в процесі застосування та доповнює іншими для прискорення очікуваного результату чи корекції отриманого або ж замінює на більш прийнятний.

Проблема застосування того чи іншого інструмента полягає в правильному визначенні їх впливу через монетарний трансмісійний механізм на кінцеву мету монетарного регулятора, ступеня їх дієвості та ефективності поодиночі чи в комплексі.

Розглянемо механізм впливу монетарних важелів, що застосовуються Національним банком України, на грошово-кредитну сферу та реальний сектор економіки в контексті впровадження режиму інфляційного таргетування.

Як було зазначено, у 2016 році НБУ з огляду на проблеми вітчизняної економіки перейшов до режиму таргетування інфляції. Беручи до уваги те, що Нацбанк використовує такі важелі, як вузький коридор процентних ставок на міжбанку, норми обов'язкового резервування та проведення нерегулярних операцій на відкритому ринку, можемо стверджувати, що монетарний регулятор вибрав пасивний підхід до реалізації режиму інфляційного таргетування. Можемо це простежити за допомогою табл. 1.

Для 2013 року характерним є низький рівень інфляції на рівні 0,5%. Такий показник зумовлений здешевленням продовольчих товарів та стримуванням адміністративно регульованих тарифів на послуги. За облікової ставки у 6,5% ставки за кредитами «овернайт» коливаються в незначених межах, а застосування такого інструмента, як депозитні сертифікати «овернайт», починається з другої половини 2013 року. Можемо зазначити, що немає чіткого коридору регулювання процентних ставок (рис. 2). Щодо операцій на відкритому ринку, то вони є значним інструментом регулювання Нацбанку, оскільки їх обсяг дорівнює 512 689,2 млн. грн.

У 2014 році через значні макроекономічні дисбаланси стрімко зросла інфляція. Причинами цього було збільшення державних видатків, спрямованих на компенсацію населенню у зв'язку зі зростанням тарифів у житлово-комунальній сфері, а також зростання цін на продукти харчування. З табл. 1 видно, що монетарна влада у відповідь на це збільшила облікову ставку з метою нейтралізації швидкого росту інфляції, що спричинило підвищення ставок за інструментами рефінансування, наприклад за кредитами «овернайт» в середньому до 14,5% річних. Фактично такий крок Нацбанку мав би спричинити зростання депози-

Таблиця 1

Динаміка інструментів впливу НБУ на рівень інфляції в країні

Рік	Ставка за кредитами «овернайт» (в середньому за рік), %	Ставка за ДС «овернайт» (в середньому за рік), %	Середній залишок коштів на коррахунках банків в НБУ, млн. грн.	Обсяг операцій на відкритому ринку (купівля-продаж ОВДП), млн. грн.	Рівень інфляції, %
2013	8,0	1,6	25 287,8	512 689,2	0,5
2014	14,5	5,0	29 240,0	529 331,8	24,9
2015	28,1	17,6	26 233,6	223 363,0	43,3
2016	19,8	15,4	40 056,1	108 250,0	12,4
2017	15,2	11,2	46 965,6	127 381,3	13,7

Джерело: складено на основі даних НБУ

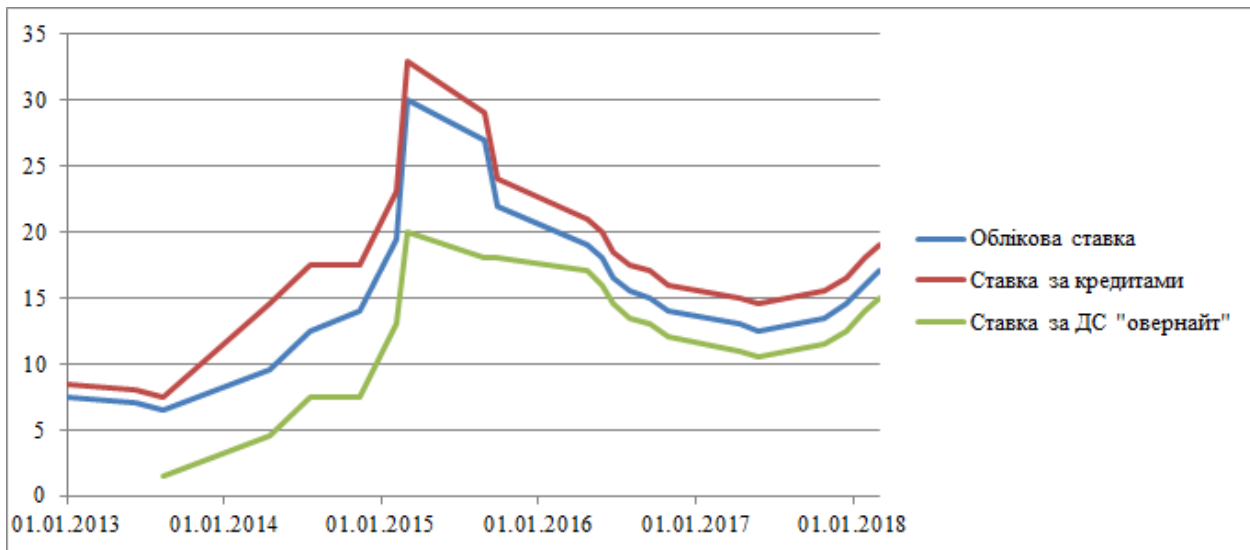


Рис. 2. Динаміка основних процентних ставок НБУ

Джерело: побудовано на основі даних НБУ

тів суб'єктів економіки, але через банкрутство численних банків та брак довіри до них цього не відбулося. Тому, як бачимо, середній залишок коштів на коррахунках в НБУ залишається на тому ж рівні, що і в 2013 році. Національний банк і далі проводить операції на відкритому ринку в значних обсягах (529 331,8 млн. грн.).

Як бачимо, показники 2015 року відрізняються від аналогічних у подальших періодах. Це пов'язане з тим, що на той момент НБУ застосовував режим таргетування обмінного курсу. Він не давав помітних результатів у боротьбі з високими темпами інфляції, яка сягала 43,3%. Коридор процентних ставок відсутній, оскільки немає чіткої межі, різниця між ставками за кредитами та депозитними сертифікатами «овернайт» становить більше 10%. Гривневі депозити в банківських установах фактично не резервувалися, а для депозитів в іноземній валюті ця норма диференціювалася (10%, 15%). Тобто обов'язкове резервування не відіграло значної ролі в регулюванні обсягу грошової маси та рівня інфляції. Але можемо сказати, що операції на відкритому ринку порівняно з подальшими

періодами застосовувалися Нацбанком в більших обсягах (223 млрд. грн.).

З 2016 року використовується вузький коридор процентних ставок за операціями на міжбанківському ринку, а саме приблизно 4%. Норма резервування стає засобом регулювання грошової маси та визначається залежно від строків залучення коштів (3% для строкових депозитів, 6,5% для депозитів на вимогу та коштів на поточних рахунках). При цьому значно збільшуються щоденні залишки коштів банків на коррахунках в НБУ, а саме в середньому вони становлять 40 056,1 млн. грн., тобто порівняно з минулим роком вони зросли на 13 822,5 млн. грн. Такий крок вплинув також на обсяг грошової маси. Обсяг операцій на вторинному ринку зменшився вдвічі порівняно з попереднім роком, що знову ж таки свідчить про те, що Нацбанк дотримується пасивного підходу до режиму таргетування інфляції. Застосування цих інструментів дало позитивний результат. Національному банку України вдалося знизити інфляцію на 30,9% та зафіксувати її на рівні 12,4%.

2017 рік характеризувався продовженням режиму інфляційного таргетування із застосуванням аналогічних інструментів. Коридор процентних ставок визначився в межах 4%, норми обов'язкових резервів залишилися на попередньому рівні (3%, 6,5%), а операції купівлі-продажу все ж таки мали нерегулярний характер, хоча їх обсяг збільшився до 127 381,3 млн. грн. Проте рівень інфляції збільшився до 13,7% річних, перевищивши прогноз Нацбанку у 8% з межами у 2%. НБУ пояснив таке зростання через вплив немонетарних чинників, які не є залежними від його дій.

Ми вважаємо, що подальше регулювання інфляції лише як монетарного показника не матиме жодних результатів. Оскільки операції на відкритому ринку фактично є допоміжним інструментом в монетарній політиці НБУ, а норма резервування з кінця 2017 року визначається лише як інструмент згладжування впливу на відсоткові ставки з боку змін ліквідності, тому для зменшення рівня інфляції Нацбанк в майбутньому буде вдаватися до підвищення облікової ставки, що, відповідно, приведе до збільшення процентних ставок за операціями на міжбанківському ринку. Такі заходи приведуть до зменшення обсягів операцій рефінансування Нацбанком комерційних банків, відповідно, в них зменшиться ресурсна база для кредитування суб'єктів господарювання та зростуть процентні ставки за такими кредитами. Це спричинить зменшення попиту на позики комерційних банків з боку суб'єктів економіки, зменшення обсягу та асортименту кредитних

операцій. Як наслідок, зменшиться пропозиція грошей в економіці, що негативно відіб'ється на рівні виробництва, безробіття, діловій активності та економічному зростанню, зрештою, спричинить скорочення ВВП.

Висновки. Варто зазначити, що впровадження режиму таргетування інфляції є ефективним засобом регулювання та стабілізації як грошового ринку, так і економіки України загалом. Такий режим є популярним, оскільки під час його реалізації визначається чіткий орієнтир, що є легким у розумінні та використанні економічними суб'єктами, забезпечується підвищення прозорості політики НБУ та посилення відповідальності за вжиття заходів регулювання, зберігається взаємозв'язок між інфляцією та короткостроковими процентними ставками, посилюється довіра населення до монетарної влади, забезпечується гнучкість у реагуванні на економічні шоки.

Хоча процентна політика і є дієвим засобом боротьби з інфляцією, проте рано чи пізно вона себе вичерпає. Тому потрібно будувати ефективні, високо координовані відносини грошово-кредитної та бюджетно-фіскальної політики держави щодо подолання інфляції та приведення її до рівня 5%, а також збереження на цьому рівні в середньостроковій перспективі. Крім цього, важливими є розвиток фондового ринку та поступове збільшення операцій з купівлі-продажу цінних паперів на відкритому ринку. Оскільки, як показує світовий досвід, саме цей інструмент є найбільш ефективним у регулюванні економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про Національний банк України: Закон України від 20 травня 1999 року № 679-XIV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/679-14?test=XX7MfyrCSgkyIhkiZi6rcjZiHI4QQs80msh8le6>.
2. Лютий І. Грошово-кредитна політика та особливості її реалізації в Україні. Фінанси України. 2000. № 1. С. 20–25.
3. Офіційне інтернет-представництво Національного банку України / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>.
4. Інфляційний звіт НБУ / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43401297>.
5. Стратегія монетарної політики на 2016–2020 роки / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=20985224.

**ВЗАЄМОУЗГОДЖЕНІСТЬ ПОДАТКОВОГО, МИТНОГО
ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА
ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОМ
НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ІМПОРТНИХ ТОВАРІВ**

**COHERENCE OF TAX, CUSTOMS AND ACCOUNTING
LEGISLATION REGARDING THE TAXATION
OF VALUE ADDED TAX ON IMPORTED GOODS**

Давискіба К.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри митної справи та оподаткування,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Карпова В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри митної справи та оподаткування,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Ревенко О.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри митної справи та оподаткування,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Стаття присвячена дослідженню проблеми визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість щодо імпортованих товарів під час їх ввезення на митну територію України та подальшого продажу на території України в аспекті виявлення та аналізу наявної взаємоузгодженості та протиріч між нормами податкового, митного та бухгалтерського законодавства.

Ключові слова: податок на додану вартість, база оподаткування, мінімальна база оподаткування, імпортовані товари, ціна придбання.

Статья посвящена исследованию проблемы определения минимальной базы налогообложения налогом на добавленную стоимость относительно импортных товаров при их ввозе на таможенную территорию Украины и дальнейшей продаже на территории Украины в аспекте выявления и анализа существующей взаимосогласованности и противоречий между нормами налогового, таможенного и бухгалтерского законодательства.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, база налогообложения, минимальная база налогообложения, импортные товары, цена приобретения.

The article is devoted to the study of the problem of determining the minimum tax base for value added tax relative to imported goods when they are imported into the customs territory of Ukraine and their further sale on the Ukraine territory, in the aspect of identifying and analyzing of the existing consistencies and contradictions between the standards of tax, customs and accounting legislation.

Key words: value added tax, tax base, minimum tax base, imported goods, acquisition price.

Постановка проблеми. Ефективність розвитку соціально-економічних процесів в Україні, безперечно, сильно залежить від податкової політики, зокрема практичних аспектів оподаткування як суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність в Україні, так і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Нестабільність організаційно-правових умов адміністрування як податків загалом, так і податку на додану вартість зокрема, наявна

Нестабільність організаційно-правових умов адміністрування як податків загалом, так і податку на додану вартість зокрема, наявна

певна неузгодженість норм чинного податкового, митного та бухгалтерського законодавства вимагають комплексного підходу до дослідження сучасних аспектів оподаткування податком на додану вартість (ПДВ) товарів, ввезених на митну територію України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сутності, функцій, механізму справляння податку на додану вартість проводять зарубіжні вчені, такі як Є. Аткинсон, Д. Бодін, Л. Єбріл, Д. Коаді, Д. Куней, Д. Стігліц, Р. Харіс.

Проблематиці сучасних теоретичних та практичних аспектів оподаткування податком на додану вартість, присвячували свої роботи вітчизняні економісти-науковці, серед яких слід назвати таких, як В. Андрущенко, З. Варналій, В. Вишневський, О. Данилов, О. Десятнюк, Т. Єфименко, Ю. Іванов, А. Крисоватий, П. Мельник, В. Мельник, А. Соколовська.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні праці, присвячені дослідженню теорії та практики стягування податку на додану вартість, сьогодні залишається значна кількість проблемних та суперечних питань оподаткування податком на додану вартість. Серед них є також проблемне питання, пов'язане з визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість щодо товарів, ввезених на митну територію України, на вирішення якого справляють значний вплив наявні протиріччя та суперечності норм податкового, митного та бухгалтерського законодавства щодо цього.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою роботи є дослідження проблеми визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість щодо товарів, ввезених на митну територію України в аспекті виявлення наявної взаємоузгодженості та протиріч між нормами податкового, митного та бухгалтерського законодавства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Безсумнівним є той факт, що серед непрямих податків податок на додану вартість є одним зі значимих інструментів як зовнішньоекономічної діяльності, так і оподаткування діяльності суб'єктів господарювання на території України. При цьому податок на додану вартість, будучи одним з найбільш значущих джерел податкових надходжень до державного бюджету, характеризується найскладнішою системою адміністрування, застосування якої на практиці призводить до значної кількості проблемних ситуацій. Саме тому вирішення вищезазначеного проблемного питання, спрямоване на вдосконалення справляння податку на додану вартість щодо товарів, ввезених на митну територію України, з урахуванням норм податкового, митного та бухгалтерського законодавства, сприятиме, по-перше, підвищенню ефективності надходжень до державного бюджету, по-друге, підвищенню ефективності ведення податкового

обліку платників податку на додану вартість, а саме суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Дослідження проблеми визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість щодо товарів, ввезених на митну територію України, умовно розмежуємо на дві частини. Перша частина стосуватиметься визначення бази оподаткування податком на додану вартість імпортованих товарів під час їх ввезення на митну територію України, а друга – під час їх подальшого продажу на митній території України.

Отже, під час ввезення товарів на митну територію України в режимі імпорту вони, згідно з абз. «в» п. 185.1 Податкового кодексу України [1] (далі – ПКУ), оподатковуються податком на додану вартість. При цьому під терміном «імпорт» (випуск для вільного обігу), згідно зі ст. 74 Митного кодексу України (далі – МКУ), розуміється митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, установлених законами України на імпорт цих товарів, а також виконання усіх необхідних митних формальностей, випускаються для вільного обігу на митній території України [2].

Базою оподаткування для товарів, що ввозяться на митну територію України, згідно з п. 190.1 ПКУ [1], є договірна (контрактна) вартість, але не нижче митної вартості цих товарів, визначеної відповідно до розд. III МКУ [2], з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті під час митного оформлення.

Тобто під час оподаткування податком на додану вартість товарів під час їх ввезення на митну територію України, якщо їх митна вартість, що зазначена у митній декларації, з урахуванням мита та акцизного податку буде вище, ніж договірна вартість, зазначена в зовнішньоекономічному контракті, розрахунок бази оподаткування ПДВ буде базуватися саме на митній вартості. Отже, мінімальна база оподаткування податком на додану вартість щодо імпортованих товарів під час їх ввезення на митну територію України дорівнює їх митній вартості, яка визначена на основі норм розд. III МКУ, з урахуванням мита та акцизного податку.

Це свідчить про те, що під час визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість щодо імпортованих товарів під час їх ввезення в Україну обов'язково застосовуються норми як митного, так і податного законодавства, зокрема норми МКУ застосовуються задля визначення митної вартості товару та мита; норми ПКУ – задля визначення акцизного податку та загального правила розрахунку мінімальної бази податку на додану вартість.

Проаналізуємо подальше оподаткування податком на додану вартість імпортованих товарів вже під час їх продажу на території України, а також виявимо, які проблемні моменти при цьому з'являються, як враховуються норми податкового, митного та бухгалтерського законодавства задля їх вирішення.

Слід відзначити, що загалом база оподаткування податком на додану вартість раніше придбаних товарів під час їх подальшого продажу визначається з огляду на їх договірну вартість, але не нижче ціни їх придбання згідно з абз. 2 п. 188.1 ПКУ [1].

Тобто мінімальною базою оподаткування податком на додану вартість раніше придбаних товарів (зокрема, раніше ввезених на митну територію України) під час їх подальшого продажу на території України є ціна їх придбання.

Винятками при цьому є певні види операцій, а саме постачання товарів (послуг), ціни на які підлягають державному регулюванню (що зазначені в Законі України «Про ціни і ціноутворення» від 21 червня 2012 р. № 5007-VI [3], Законі України «Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру» від 17 червня 1999 р. № 758-XIV [4], Законі України «Про державну підтримку сільського господарства України» від 24 червня 2004 р. № 1877-IV [5], Законі України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19 грудня 1995 р. № 481/95-ВР [6], Постанові Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо стабілізації цін на лікарські засоби і медичні вироби» від 17 жовтня 2008 р. № 955 [7], Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження обсягів формування державного інтервенційного фонду у 2015/16 маркетинговому періоді» від 2 грудня 2015 р. № 1003 [8]), а також постачання газу для потреб населення.

Тобто під час оподаткування податком на додану вартість операцій з поставки на митній території України раніше придбаних товарів, зокрема імпортованих, слід орієнтуватись на договірну ціну продажу цих товарів, однак в разі, коли вона менше ціни придбання, необхідно донараховувати податкові зобов'язання з податку на додану вартість.

Отже, згідно з нормами Податкового кодексу України, одним із базових термінів під час визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість операцій з поставки в Україні товарів, раніше ввезених на митну територію України, є термін «ціна придбання».

Слід зауважити, що нормами як податкового, так і митного та бухгалтерського законодавства не визначено, що розуміється під терміном «ціна придбання товарів» з метою застосування норм абз. 2 п. 188.1 ПКУ [1]. Тому спробуємо визначити мінімальну базу оподаткування ПДВ щодо імпортованих товарів під час їх першого продажу на території України, спираючись на визначення терміна «ціна придбання» окремо за нормами бухгалтерського та податкового законодавства, а також з урахуванням дослідження наявних між ними неузгодженостей та протиріч.

Отже, якщо визначення ціни придбання імпортованих товарів засновувати на нормах бухгалтерського обліку, то ціна придбання пови-

нна дорівнювати повній собівартості проданого товару, за якою він обліковується в бухгалтерському обліку згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затвердженого Наказом Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. № 246 [9]. Оскільки, згідно з нормами бухгалтерського обліку, а саме п. 9 П(С)БО 9 «Запаси», ціною придбання імпортованих товарів є їх первісна (балансова) собівартість, яка враховує:

- суми, що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю) за вирахуванням непрямих податків;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які не відшкодовуються підприємству/установі;
- транспортно-заготівельні витрати (затрати на заготівлю запасів, оплата тарифів (фрахту) за вантажно-розвантажувальні роботи та транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання, включаючи витрати зі страхування ризиків транспортування запасів);
- інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів та доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях.

Тобто в бухгалтерському обліку собівартість запасів, придбаних за плату, включає в себе як ціну придбання у постачальника, так і інші витрати, пов'язані з їх придбанням. З цього випливає, що терміни «ціна придбання товарів» та «собівартість товарів» є нерівнозначними, а найчастіше собівартість товарів за величиною є більшою, ніж ціна їх придбання.

Однак слід відзначити, що з огляду на правила ведення бухгалтерського обліку необхідно розмежовувати визначення терміна «ціна придбання» окремо для товарів, раніше ввезених на митну територію України, та для товарів, придбаних в Україні.

Так, для товарів, придбаних в Україні, ціну придбання доцільно розраховувати з огляду на їх повну собівартість, тому що:

- за даними бухгалтерського обліку визначити окремо ціну придбання для цих товарів можна лише за допомогою методу ідентифікованої собівартості, що застосовується досить рідко;
- у бухгалтерському обліку є значні складності з виокремленням складових вартості реалізованого товару, тому що відображається лише загальна собівартість товару, тобто сума, що значиться за дебетом субрахунку 281.

А щодо товарів, раніше ввезених на митну територію України, тобто імпортованих товарів, облік яких зазвичай ведуть за особливим порядком на окремих субрахунках, у розрізі отриманих партій товару, то можливим є застосування іншого варіанта визначення ціни придбання, який детально розглянемо нижче.

Так, ціну придбання імпортованих товарів під час їх подальшого продажу на території Укра-

їни визначають за договірною ціною, сплаченою постачальнику-нерезиденту (кореспонденція Дт 281 Кт 632). Тобто тоді під час визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість операцій з постачання імпортованих товарів на території України треба орієнтуватися лише на ціну, що зазначена в зовнішньоекономічному договорі на придбання товару.

Тобто згідно з нормами податкового законодавства та роз'ясненнями Державної фіскальної служби України [10–15] ціна придбання для товарів, раніше ввезених на митну територію України, визначається як вартість майна, за якою таке майно набуто у власність, тобто ціна, зазначена в зовнішньоекономічному договорі (контрактна вартість). Відповідно, мінімальною базою оподаткування податком на додану вартість операцій з постачання імпортованих товарів на території України є договірна вартість, тобто ціна, зазначена у зовнішньоекономічному договорі, складеному між резидентом і нерезидентом, на підставі якого здійснюється придбання товару у нерезидента.

Отже, під час визначення ціни придбання імпортованих товарів та, відповідно, мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість з постачання імпортованих товарів на території України доцільно базуватись на нормах податкового законодавства та додатково враховувати роз'яснення Державної фіскальної служби України щодо цього.

Однак слід відзначити, що в такому разі залишається невирішеним певний проблемний момент, а саме неврахування під час визначення ціни придбання, окрім сум, що сплачуються згідно з договором постачальнику-нерезиденту, інших складових первісної вартості товарів, що враховуються в бухгалтерському обліку, наприклад транспортно-заготівельні витрати, безпосередньо пов'язані з придбанням імпортованих товарів. Адже інколи імпортований товар реалізується за ціною, яка вище ціни придбання його у нерезидента, однак нижче первісної вартості, що включатиме, зокрема, ввізне мито, транспортно-заготівельні та інші витрати. А в роз'ясненнях Державної фіскальної служби відсутня будь-яка інформація про

те, чому в розрахунку мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість, що здійснюється згідно з нормами податкового обліку, не враховуються інші можливі складові собівартості реалізованих товарів, за якими резидент-платник ПДВ має право відображати податковий кредит з податку на додану вартість.

Отже, для визначення ціни придбання імпортованих товарів та, відповідно, мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість з постачання імпортованих товарів на території України необхідно враховувати наявну неузгодженість та певні протиріччя між нормами податкового та бухгалтерського обліку щодо цього.

Висновки. Проведене дослідження комплексного застосування норм податкового, митного та бухгалтерського законодавства під час оподаткування податком на додану вартість імпортованих товарів дало змогу виявити:

– взаємоузгодженість митного та податкового законодавства під час визначення мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість щодо імпортованих товарів під час їх ввезення на митну територію України;

– неузгодженість та протиріччя між нормами податкового та бухгалтерського обліку під час визначення ціни придбання імпортованих товарів та, відповідно, мінімальної бази оподаткування податком на додану вартість з постачання імпортованих товарів на території України.

Задля усунення виявлених протиріч між податковим та бухгалтерським обліком необхідно, по-перше, уточнити значення терміна «ціна придбання товарів» з метою застосування норм абз. 2 п. 188.1 ПКУ, розмежовуючи його окремо для товарів, придбаних на митній території України, та для товарів, раніше ввезених на митну територію України; по-друге, в податковому обліку передбачити можливість врахування під час визначення ціни придбання товарів, раніше ввезених на митну територію України, окрім сум, що сплачуються згідно з договором постачальнику-нерезиденту, інших складових первісної вартості цих товарів, що враховуються в бухгалтерському обліку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.
2. Митний кодекс України від 13 лютого 2012 р. № 4495-V. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
3. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21 червня 2012 р. № 5007-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.
4. Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру: Закон України від 17 червня 1999 р. № 758-XIV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/758-14>.
5. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України від 24 червня 2004 р. № 1877-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>.
6. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів: Закон України від 19 грудня 1995 р. № 481/95-BP. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80>.
7. Про затвердження обсягів формування державного інтервенційного фонду у 2015/16 маркетинговому періоді: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 грудня 2015 р. № 1003. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1003-2015-%D0%BF>.

8. Про заходи щодо стабілізації цін на лікарські засоби і медичні вироби: Постанова Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2008 р. № 955. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/955-2008-%D0%BF>.
9. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку: Наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. № 246. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
10. Лист Державної фіскальної служби України від 2 жовтня 2015 р. № 20952/6/99-95-42-01-16-01. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/64188.html>.
11. Лист Державної фіскальної служби України від 11 лютого 2016 р. № 2878/6/99-99-19-03-02-15. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/66857.html>.
12. Про розгляд листа: Лист Державної фіскальної служби України від 13 квітня 2016 р. № 8220/6/99-99-19-03-02-15. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/print-67970.html>.
13. Про розгляд листа: Лист Державної фіскальної служби України від 27 квітня 2016 р. № 9614/6/99-99-15-03-02-15. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/68154.html>.
14. Лист Державної фіскальної служби України від 18 жовтня 2016 р. № 22481/6/99-95-42-01-15. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/70023.html>.
15. Лист Державної фіскальної служби України від 15 листопада 2016 р. № 24601/6/99-95-42-01-15. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/70330.html>.

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІД ЧАС P2P-КРЕДИТУВАННЯ

THE P2P-LENDING'S FINANCIAL RISK MANAGEMENT TOOLS

Демченко О.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Романовська Ю.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті досліджено механізм здійснення P2P-кредитування. Визначено основні ризики, що супроводжують здійснення пірингового кредитування, зокрема безпосередньо фінансові ризики, що пов'язані з перерозподілом фінансових ресурсів та ризиками, що впливають на фінансовий результат діяльності учасників пірингового кредитування. Систематизовано інструментарій мінімізації фінансових ризиків P2P-кредитування.

Ключові слова: пірингове кредитування, P2P-платформи, фінансові ризики, інструменти мінімізації фінансових ризиків P2P-кредитування.

В статье исследован механизм осуществления P2P-кредитования. Определены основные риски, сопровождающие осуществление пириногового кредитования, в частности непосредственно финансовые риски, которые связаны с перераспределением финансовых ресурсов и рисками, которые влияют на финансовый результат деятельности участников пириногового кредитования. Систематизирован инструментарий минимизации финансовых рисков P2P-кредитования.

Ключевые слова: пириноеговое кредитование, P2P-платформы, финансовые риски, инструменты минимизации финансовых рисков P2P-кредитования.

The article defines the P2P-lending's implementation mechanism. The main risks of peer lending were studied. In particular, the financial risks associated with the redistribution of financial resources and risks affecting the financial result of the activities of participants in peer lending are identified. Authors systematized the tools for minimizing financial risks of P2P lending.

Key words: peer-lending, P2P platforms, financial risks, the P2P lending's financial risk minimization tools.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку одним з альтернативних джерел фінансування малого та середнього підприємництва є пірингове (P2P) кредитування. Його динамічний розвиток зумовлений швидкістю доступу до фінансових ресурсів з будь-якої точки, а також низкою переваг порівняно з традиційним банківським кредитуванням. Однак, як і будь-які інші, послуги пірингового кредитування супроводжуються низкою ризиків, що зумовлює актуальність їх дослідження, виявлення та систематизації основних інструментів мінімізації ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження стали праці закордонних вчених, таких як С. Лепро [1], С. Моннінгоф, А. Віндт [2], Дж.Д. Рот [3], Р. Уор-

дроп, Б. Жанг, Р. Роу, М. Грей [4], в яких започатковано розв'язання цієї проблеми.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вітчизняні науковці не приділяють P2P-кредитуванню належної уваги, вчені [5; 6] розглядають його в напрямі спільного фінансування та краундфандінгу, аналітики [7; 8; 9; 10; 11] – як альтернативну банківському кредитуванню послугу. Проте практичний досвід впровадження цього механізму фінансування вже є у вітчизняних реаліях, що зумовлює необхідність наукового опрацювання цього феномена.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення організаційних основ функціонування та ризиків

P2P-кредитування на вітчизняному ринку фінансових послуг, формалізація основних інструментів управління ризиками під час P2P-кредитування (пірингового кредитування).

Виклад основного матеріалу дослідження. У попередньому дослідженні [12] проаналізовано теоретичні підходи до визначення «P2P-кредитування». На основі оцінювання практичного функціонування P2P-платформ встановлено, що P2P-кредитування – це система економічних відносин щодо видачі та отримання позик фізичними особами за допомогою онлайн-сервісів та P2P-технологій, які дають змогу взаємодіяти кредиторам з позичальниками безпосередньо шляхом реєстрації на інтернет-сайтах [12]. Окрім цього, у дослідженні проведено класифікацію пірингового кредитування за суб'єктами, які отримують позики, та за сегментом, на якому спеціалізується компанія/платформа. Це дало змогу виявити основні відмінності та переваги пірингового кредитування порівняно з банківським кредитуванням, а також перспективи його розвитку. Проте динаміка зростання P2P-платформ актуалізує визначення організаційних основ функціонування P2P-платформ, зокрема в Україні, а також ризиків P2P-кредитування на вітчизняному ринку фінансових послуг з метою формалізації інструментів управління цими ризиками, що сприятиме підвищенню ефективності співпраці, розвитку небанківського сектору та задоволенню потреби у фінансуванні на споживання чи на виробництво для фізичних осіб, осіб-підприємців, суб'єктів малого та середнього бізнесу.

Процес надання послуг P2P-кредитування умовно можна поділити на два етапи, а саме організаційний етап, безпосередньо етап надання та отримання позики. Організаційний етап P2P-кредитування схематично відображено на рис. 1 та включає:

- реєстрацію користувача та створення облікового запису в електронній системі P2P-платформи;
- укладання між виконавцем та користувачем договору шляхом прийняття публічної оферти;
- реєстрацію та верифікацію в електронній системі P2P-платформи банківської карти користувача;
- отримання статусу кредитора або позичальника;
- присвоєння кредитного рейтингу позичальнику;
- формування заявки на отримання/надання позики.

Основними суб'єктами операції P2P-кредитування виступають виконавець та користувач. Виконавцем є електронна платформа, що надає інформаційно-технологічні послуги та забезпечує простоту, доступність та безпечність операції кредитування. Тобто виконавець – це посередник між кредитором та позичальником,

що надає своїм клієнтам інтернет-майданчик, на якому вони реєструють свої заявки на отримання позики та пропозиції кредитування, укладають договір позики. Виконавець контролює виконання угоди (договору), крім цього, здійснює оцінювання платоспроможності позичальника, має право відмовити в розміщенні заявки ненадійного клієнта, отже, допомагає кредиторам в оцінюванні ризику. Слід зауважити, що виконавцями під час здійсненні операцій P2P-кредитування не є традиційні фінансові посередники (банки, кредитні спілки, макрофінансові організації).

Користувачами є кредитори та позичальники. Позичальниками виступають фізичні особи, фізичні особи-підприємці, юридичні особи (найчастіше підприємства малого та середнього бізнесу). А інвесторами (кредиторами) можуть виступати фізичні особи, юридичні особи (компанії), органи державної влади тощо [12].

На другому етапі відбуваються розміщення заявок та отримання/надання позик, що схематично відображено на рис. 2. Цей етап здійснення операції пірингового кредитування починається з розміщення заявок позичальником та кредитором. Ліва частина рис. 2 відображає проведення операції P2P-кредитування, коли позичальник здійснює пошук заявок на надання позики. Цифрою 1 на рис. 2 схематично означено процедуру розміщення заявки позичальником, в якій він вказує суму необхідної йому позики, а також сам визначає строк погашення та відсоткову ставку, прийнятні для нього. Далі (2) позичальник надсилає кредиторам пропозицію укласти договір позики на умовах позичальника. Якщо кредитор прийнятні такі умови, він акцептує заявку позичальника, що є фактом укладення договору (3). Всі процеси укладення договорів та перерахування коштів відстежуються в інформаційній системі P2P-платформи. Електронні примірники договору позики відправляються в електронні кабінети кредитора та позичальника, а також зберігаються в інформаційній системі P2P-платформи.

Протягом 24 годин від акцепту заявки позичальника кредитор зобов'язаний перерахувати кошти на банківську картку позичальника (4). Повернення позики кредитором відбувається у визначений в угоді термін та з урахуванням відсотків.

Коли кредитор здійснює пошук заявок на отримання позики, операція пірингового кредитування проводиться аналогічно попередньому варіанту (заявки шукає позичальник) з урахуванням додаткової операції, що відображено на рис. 2 та відзначено цифрами 1а–6а. У своїй заявці на надання позики кредитор визначає строк та відсоткову ставку за позиками (1а). Кредитор надсилає позичальнику оферту (2а); якщо умови позики задовольняють позичальника, він приймає заявку кредитора, про що оповіщає повідомленням (3а). Далі відбуваються

укладання договору (4а), перерахунок коштів (5а) та повернення позики з відсотками (6а).

Дослідження механізму здійснення операцій пірингового кредитування дає змогу визначити основні фінансові ризики суб'єктів цієї фінансової послуги, що обумовлене потребою управління ними. Здійснення P2P-кредитування супроводжується наявністю кредитного, процентного та інфляційного ризиків, ризику неплатоспроможності, ризику відсутності забезпечення кредиту, тобто безпосередньо фінансовими ризиками, що пов'язані з перерозподілом фінансових ресурсів, а також ризиками, що впливають на фінансовий результат діяльності учасників суб'єктів пірингового кредитування (зокрема, технічний, операційний ризики та ризики погіршення рейтингів позичальників).

Основними фінансовими ризиками є кредитний ризик, ризик неплатоспроможності позичальника та ризик відсутності забезпечення кредиту, оскільки хоча процентний та інфляційні ризики присутні, проте рівень їх мінімізується короткостроковим характером пірингового кредитування, оскільки за короткий термін не встигають значно знецінитись кошти або суттєво змінитись відсоткові ставки на фінансовому ринку, а також високою дохідністю цих операцій для позичальника. Слід зауважити, що ці ризики мінімізуються в разі повернення кредитних коштів для кредитора, тому надалі говоритимемо про кредитний ризик, ризик неплатоспроможності позичальника та ризик відсутності забезпечення як про основні.

Кредитний ризик під час здійснення операцій пірингового кредитування пов'язаний з непогашенням основної суми боргу за кредитом та несплатою процентів за користування кредитом. Окрім того, для систематизації інструментарію управління кредитними ризиками пірингового кредитування велике значення має класифікація ризику за статусом позичальника на:

- кредитний ризик за операціями з фізичними особами;
- кредитний ризик за операціями з юридичними особами.

Ризик неплатоспроможності позичальника – нездатність позичальника виконувати свої зобов'язання за кредитами. Платоспроможність визначає здатність позичальника генерувати грошовий потік, достатній для погашення кредиту. Якщо позичальник не може повернути кошти вчасно, це зумовлює наявність кредитних ризиків для кредитора, а також додаткові ризики та фінансові витрати для позичальника у вигляді штрафів та пені. Якщо позичальник не повертає коштів взагалі, він несе ризики погіршення свого кредитного рейтингу, що впливатиме на його подальші можливості доступу до кредитних ресурсів. Оцінка ризику неплатоспроможності під час пірингового кредитування визначає не лише можливість повернути основну суму боргу та відсотки за ним, але й бажання позичальника виконати свої зобов'язання.

Ризик відсутності забезпечення кредиту несе кредитор, оскільки механізм здійснення пірингового кредитування у вітчизняних умовах не передбачає мінімізацію кредитних ризиків за рахунок застави цінностей або інших засобів, передбачених чинними нормативними актами, які слугують для кредитора гарантією повного та своєчасного повернення позичальником отриманої позики та сплати ним встановлених відсотків.

Для мінімізації ризиків пірингового кредитування доцільно застосовувати такий інструментарій: зокрема, розробка та ведення відповідної інформаційної політики P2P-платформи, використання скорингової моделі оцінювання кредитоспроможності позичальників, застосування рейтингів позичальників, адміністративні інструменти, узгодження дій з P2P-платформою, створення фондів забезпечення, державне регулювання, гарантії та підтримка (рис. 3).

Інформаційна політика P2P-платформ включає заходи щодо максимального збору інформації про потенційних позичальників, збереження всіх укладених договорів в електронному вигляді в системі, вимоги гарантованості легітимності та прозорості руху грошових коштів у системі. З іншого боку, існує у закордонних P2P-платформ (платформа "Market invoice") вимога до підприємств, що є учасниками платформ, надавати їй результати фінансових перевірок та перевірок на наявність шахрайства. Платформи гарантують, що не буде нанесено шкоди діловій репутації клієнта, а платформа не звертатиметься до третьої особи для перевірки наданих клієнтом даних без його згоди [13].

Компанії, які є позичальниками платформ, повинні мати узгоджений з платформою план дій на випадок того, якщо платформа буде не в змозі функціонувати, проте погашення наданих кредитів все одно буде продовжено, а кредитори не понесуть збитки.

Одним з дієвих інструментів мінімізації фінансових ризиків є створення резервних фондів, що гарантуватимуть повернення коштів кредиторам за «проблемними» кредитами. Зокрема, пірингова платформа Rate Setter створює спеціальний резервний фонд, що фінансується з «хороших» кредитів [13].

Державне регулювання розвитку пірингового кредитування та забезпечення захисту інтересів споживачів фінансових послуг включає законодавче визначення механізму здійснення пірингового кредитування, встановлення відповідальності за порушення зобов'язань, гарантування повернення коштів кредиторів та підтримку. Зокрема, у Великобританії наявне юридичне визначення P2P-кредиту (Regulatory Activities Order 36H) [14]. Британські P2P-платформи створили власний орган, а саме Фінансову Асоціацію (P2PFA) [13]. Окрім цього, для підтримки сектору P2P-кредитування "British Business Bank" і деякі муніципалітети розмістили через P2P-платформи засоби для підтримки сегменту

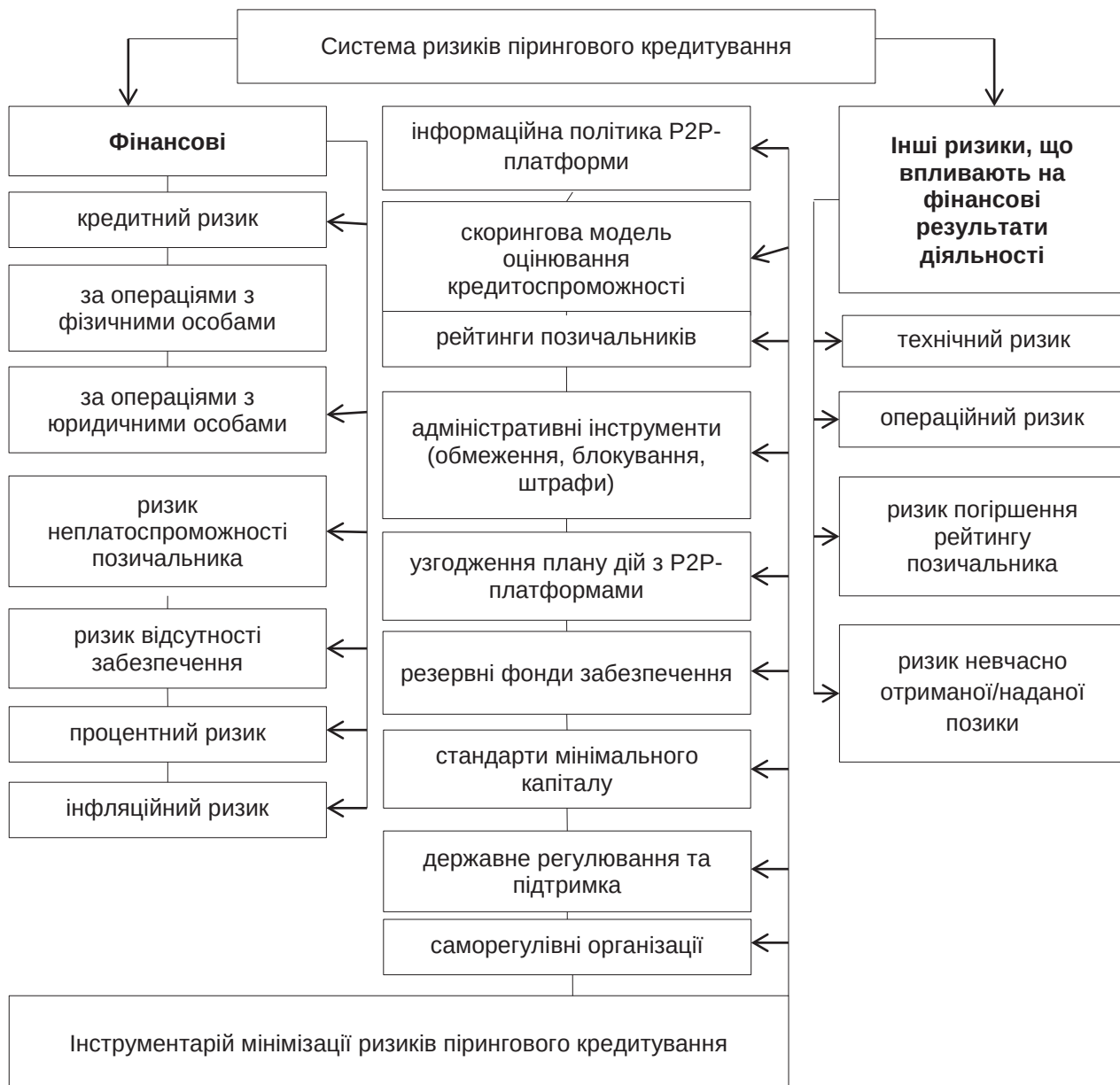


Рис. 3. Інструментарій мінімізації ризиків пірингового кредитування

Джерело: систематизовано авторами на основі джерел [15; 16; 17; 18; 19]

кредитування для досягнення виробничих цілей. Тобто місцеві органи влади виступили кредиторами, реалізуючи фінансову підтримку соціально-економічних цілей. Сегмент пірингового кредитування у Великобританії включено в програму Individual Savings Account (ISA) [13], що не обкладається податком з метою активізації та диверсифікації об'єктів інвестування [13].

Використання скорингової моделі дає змогу оцінити кредитоспроможність користувача, надати йому статус Позичальника та визначити рейтинг користувача, що впливатиме на його можливості отримати кредит, а також на відсоткову ставку за позику. В системі пірингового кредитування чим вище рейтинг позичальника, тим нижче відсоткові ставки за позиковими коштами.

На кредитний рейтинг користувача впливає інформація, що подається ним в анкеті, додаткова інформація про користувача та його майновий стан, історія укладених та виконаних договорів позики користувача у Системі та даних, отриманих від довідкових агентств та кредитних бюро (наприклад, Українське бюро кредитних історій, Equifax, Experian). Чим більше інформації про себе надає користувач, тим більше у нього належними чином виконаних договорів позики, тим вище кредитний рейтинг, що йому присвоюється.

У вітчизняних умовах під час пірингового кредитування застосовуються адміністративні інструменти мінімізації фінансових ризиків, зокрема:

- обмеження на розміщення заявок за кількістю, за сумою позики;
- обмеження заявок на отримання позики, що можуть бути акцептовані кредитором за кількістю одночасно акцептованих та за сумою;
- встановлення максимальної та мінімальної суми позики чи сукупності позик;
- встановлення максимального терміну позики;
- блокування можливості акцептувати заявки позичальників;
- блокування можливості розміщення заявок;
- штрафи за порушення вимог.

Слід зауважити, що, окрім зазначених адміністративних інструментів мінімізації ризиків пірингового кредитування, у вітчизняній практиці застосовується скорингова модель оцінювання кредитоспроможності та формування рейтингів, а також частково інструменти інформаційної політики P2P кредитування, зокрема заходи щодо максимального збору інформації

про потенційних позичальників, збереження всіх укладених договорів в електронному вигляді в системі. Інші інструменти використовуються в зарубіжній практиці та вбачаються необхідними до впровадження у вітчизняну, насамперед державне регулювання та гарантії, створення резервних фондів та стандартів до мінімального розміру капіталу.

Висновки. Аналіз зарубіжного досвіду свідчить про те, що пірингове кредитування здатне вирішити проблему обмеженості фінансових ресурсів суб'єктів малого та середнього бізнесу. За державної підтримки це може слугувати фактором розвитку небанківського сектору фінансового ринку, що актуально для України з її банкоцентричною моделлю, та виступати інструментом реалізації соціально-економічних завдань держави. Це зумовлює необхідність розроблення та впровадження цілісного механізму управління фінансовими ризиками пірингового кредитування, а також становить перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Lepro S. Prosper Ditches Auction Pricing for Model Like P-to-P Rival's. American Banker. Retrieved July 31, 2012. URL: <https://www.americanbanker.com/news/prosper-ditches-auction-pricing-for-model-like-p-to-p-rivals>.
2. Moenninghoff S., Wieandt A. The Future of Peer-to-Peer Finance. Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung. August/September 2013. P. 466–487. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2439088&rec=1&scabs=1936057&alg=1&pos=7.
3. Roth J.D. Taking a Peek at Peer-to-Peer Lending. Time. March 22, 2013. URL: <http://business.time.com/2012/11/15/taking-a-peek-at-peer-to-peer-lending>.
4. Wardrop R., Zhang B., Rau R., Gray M. Moving Mainstream. The European Alternative Finance Benchmarking Report. University of Cambridge and EY. February 2015. URL: <https://www.jbs.cam.ac.uk>.
5. Петрушенко Ю.М. Новітні підходи до фінансування розвитку місцевих громад: від реконізму до P2P-кредитування. Вісник Української академії банківської справи. 2014. № 1. С. 90–94.
6. Стрільчук Ю.І. Інноваційні підходи до банківського кредитування населення. Економіка і суспільство. № 8. 2017. С. 684–689.
7. Демінський С.В. Як трансформувалося P2P-кредитування в Україні. 2016. URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/371527/sergij-deminskyjaktransfor-muvalosya-r2r-kredytuvannya-v-ukrayini>.
8. Ринок P2P-кредитування в Україні досяг 5 млрд. грн. Фориншурер. URL: <https://forinsurer.com/news/16/12/15/34673>.
9. P2P- и P2-кредитование активно замещает классические банковские кредиты и депозиты. ТСН. ua. URL: <https://ru.tsn.ua/groshi/p2p-i-r2v-kreditovanie-aktivno-zameschaet-klassicheskie-bankovskie-kredity-i-depozity-590062.html>.
10. Особенности P2P-кредитования в Украине и мире. Фінансовий портал України. 2017. URL: <https://1fin.biz/osobennosti-p2p-kreditovaniya-v-ukraine-i-mire>.
11. Федорчук А.В. Кредиты без посредников. Дзеркало тижня. 2017. № 37. URL: <https://zn.ua/business/kredity-bez-posrednikov-otechestvennym-zaemshikam-predlagayut-samim-iskat-sebe-kreditorov-.html>.
12. Демченко О.П. Peer-to-Peer кредитування як інноваційний продукт на ринку фінансових послуг. Приазовський економічний вісник. 2017. № 4 (04). С. 80–85.
13. P2P-инвестирование как альтернативная финансовая услуга. Вебинар «Монреальской группы» (16 октября 2015 года). Департамент поддержки малого и среднего предпринимательства Внешэкономбанка, 2015. 24 с. URL: www.veb.ru/common/upload/files/veb/inter/mg/20151016_pr3.pdf.
14. The Financial Services and Markets Act 2000 (Regulated Activities) Order 2001 (SI 2001/544): Regulatory Activities Order 36H approved by both Houses of Parliament UK. URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2001/544/contents/made>.
15. Funding Circle. URL: www.fundingcircle.com.
16. Peer to Peer Lending & Alternative Investing. Lending Club. URL: <https://www.lendingclub.com>.
17. Prosper: Personal loans made easy. Prosper. URL: <https://www.prosper.com>.
18. Zopa.com: Simple loans & smart investments. Zopa. URL: <https://www.zopa.com>.
19. The Mscroloans: онлайн-сепвіс. URL: <https://microloans.io.ua>.

ЕВОЛЮЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

EVOLUTION OF THE BANKING SYSTEM IN A MARKET ECONOMY

Король М.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Ужгородський національний університет

Вароді В.М.

студентка факультету міжнародних економічних відносин,
Ужгородський національний університет

Статтю присвячено аналізу основних етапів формування банківської системи в сучасних умовах ринкових відносин. Досліджено особливості впливу процесу глобалізації фінансового ринку в умовах трансформації банківських структур. Окреслено сучасні напрями деформації фінансового простору, висвітлено сучасні еволюційні тенденції світової банківської системи та здійснено низку прогнозів щодо майбутніх глобалізаційних тенденцій у банківській сфері.

Ключові слова: банк, банківська система, фінансовий простір, центральний банк, деформація, глобалізація, інноваційні технології, інтеграція, міжнародні фінансові установи.

Статья посвящена анализу основных этапов формирования банковской системы в современных условиях рыночных отношений. Исследованы особенности влияния процесса глобализации финансового рынка в условиях трансформации банковских структур. Очерчены современные направления деформации финансового пространства, приведены современные эволюционные тенденции мировой банковской системы и осуществлен ряд прогнозов относительно будущих глобализационных тенденций в банковской сфере.

Ключевые слова: банк, банковская система, финансовое пространство, центральный банк, деформация, глобализация, инновационные технологии, интеграция, международные финансовые учреждения.

The article is devoted to the analysis of the basic stages of the banking system formation in the current conditions of market relations. The authors examine the peculiarities of the impact of the globalization in the conditions of the transformation of banking structures. The paper also outlines the modern trends in the deformation of the financial space. It highlights the current evolutionary trends of the world banking system. The authors also make a number of forecasts for future globalization trends in the banking sector.

Key words: bank, banking system, financial space, central bank, deformation, globalization, innovation technologies, integration, international financial institutions.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Численні фінансові й економічні кризи, з якими зіткнулася світова спільнота, свідчили про неефективність старої моделі ринку і встановлення нової глобально зміненої системи. У зв'язку з глобальною трансформацією економічного устрою та переходом до ринкових відносин країни зіткнулися з необхідністю адаптації внутрішніх систем до нових умов. Таким чином, постало питання трансформаційних процесів як усередині держави, так і в їх системній взаємодії.

Необхідною умовою розвитку ринкових відносин є ефективне функціонування банківської системи. Банківська система – це та галузь

діяльності, де найбільш динамічно й активно знаходять відображення всі позитивні і негативні явища, що відбуваються в економіці. Найбільш актуальною нині є глобалізація, яку вважають основною причиною деформацій світової економіки та одним із визначальних чинників сучасного розвитку міжнародних економічних відносин. Наслідки та прояви економічної глобалізації спостерігаються повсякчас: поглиблення регіональних інтеграційних процесів, глобалізація пропозиції та попиту на капітал, інтернаціоналізація банківського капіталу та лібералізація його транскордонного руху.

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

наведених вище проблем питання трансформаційних процесів у банківській системі досліджував М. Огерчук. Світовий досвід забезпечення стабільності банківської системи було розглянуто у працях Л. Євтух та І. Швед. Вивченню та дослідженню окремих теоретико-методологічних і практичних аспектів діяльності банківської системи присвячено праці таких учених, як О. Павлюк, Є. Мордань, С. Кузнєцова, П. Сениця та ін.

Не розглянутим залишається питання комплексної систематизації даних щодо формування банківської системи в умовах сучасних глобалізаційних процесів.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є обґрунтування впливу глобалізаційних процесів на сучасні тенденції розвитку світової банківської системи.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Світова банківська система включає у себе банківські системи різних країн з усіма їхніми специфічними рисами. Останні не можуть функціонувати ізольовано. Будь-які еволюційні зміни світової банківської системи відбуваються на процесі функціонування національної банківської системи.

80–90-ті роки минулого століття стали основним етапом розвитку світової економіки та міжнародної банківської справи. Особливістю цього періоду є поява низки фінансових інновацій у відповідь на загострення конкуренції, які мали кардинальний вплив на світову фінансову систему та вивели її на принципово новий рівень розвитку. Серед таких інновацій можна виділити появу ринку ф'ючерсів та ринку опціонів, розвиток офшорного бізнесу. З початку 80-х років фінансові ринки набули світових масштабів. Національні фінансові ринки вже просто не могли залишатися відокремленими внаслідок взаємопроникнення та взаємозалежності західних економік. Прогрес у техніці, передачі та обробці інформації, дерегулювання та лібералізація валютного обміну поступово забезпечили інтернаціоналізацію національних ринків промислово розвинутих країн [1, с. 22].

Процес формування банківських системи розвинутих країн відбувався протягом століть і є результатом успіхів і невдач багатьох поколінь. На функціональну структуру, побудову й організацію взаємодії в банківській системі впливають чимало чинників, серед яких можна виділити правові норми, звичаї, ментальність, історичний розвиток, економічну політику та ін. Сучасні банківські системи вирізняються складною структурою. Серед країн із ринковою економікою найбільшого поширення набула дворівнева банківська система, де на першому рівні функціонує центральний банк країни, на другому – комерційні банки. Банківські системи країн світу часто відрізняються між собою особливостями організації банківського нагляду, а центральні банки країн різняться правовим статусом та їхньою роллю у кредитній системі держави,

власністю на капітал, ступенем незалежності від виконавчої влади тощо [2, с. 20].

Простежується особлива вразливість банківської системи від зовнішнього впливу у зв'язку з відкритістю економік країн світу та зростанням залежності банківських ринків від ресурсів зовнішніх ринків капіталів.

Невід'ємною умовою трансформування перехідних економік та належного функціонування ринкової інфраструктури є формування незалежних національних банківських систем, які забезпечать захист національного ринку від руйнівного впливу економічних коливань на світових товарних і грошових ринках, а також політичної дестабілізації як усередині країн, так і поза їхніми межами [3, с. 246].

Розглядаючи сучасні напрями деформації фінансового простору, М. Огерчук у статті «Сутність та передумови здійснення трансформації банківської системи» виокремлює насамперед такі [4, с. 216]:

- викривлення цільової спрямованості процесу перерозподілу ресурсів у механізмі фінансового посередництва, здійснюваного банківською системою, із потреб виробництва та потреби споживання;

- витіснення ринками капіталу і похідних фінансових інструментів класичного механізму організації банківського кредитування з напрацьованими методиками щодо оцінки кредитоспроможності, відбору позичальників, ретельного аналізу ліквідності застави;

- викривлення системи перерозподілу фінансових ресурсів у межах державного сектору, що внаслідок дії світової фінансової кризи визначає спрямування державами величезних сум коштів не на виконання прямих своїх функцій, що визначаються роллю і місцем держави в ринковій економіці, а на підтримання «на плаву» тих кредитних установ, що опинилися межі банкрутства саме через надмірно ризиковану й безвідповідальну політику їхнього менеджменту.

Центральні банки покликані вжити адекватних заходів для підвищення стійкості, надійності та ліквідності банків. Ці цілі є абсолютно досяжними завдяки здійсненню ефективних трансформаційних процесів.

Сучасні глобалізаційні процеси торкнулися не тільки економічної сфери, а й безпосередньо банківських систем, які багато в чому визначають напрями економічного розвитку всіх країн світу. Світові глобалізаційні тенденції створюють належні умови для кардинальних змін у банківських системах, появи нових форм інтеграційних зв'язків та потужних міжнародних банківських установ, які характеризуються здатністю контролювати величезні грошові потоки і визначати основні напрями розвитку окремих країн [3, с. 249].

Процес глобалізації фінансових ринків припадає на кінець ХХ ст. та початок нового тисячоліття. Визначальним є посилення їхньої ролі в процесі руху фінансових ресурсів між країнами. Цей етап продовжується сьогодні і проявляється

в тому, що банки не тільки розширили спектр своїх операцій, а й набули нових якісних показників на світових фінансових ринках. Банки в ролі суб'єктів, які діють на усіх сегментах світового фінансового ринку (на ринку валют, капіталу та цінних паперів), мають змогу накопичувати великі ресурси та в подальшому перерозподіляти їх у розвинутих країнах. Наслідком таких інтеграційних процесів є розвиток правової та нормативної бази, зростання світової мережі фінансових організацій, виникнення якісних змін в їхній структурі управління та менеджменту, а також підсилення ролі банківського нагляду.

У діяльності світової банківської системи простежується наявність окремих еволюційних тенденцій, які носять глобальний характер. З одного боку, вони є наслідком макроекономічних процесів, які відбуваються у світовій економіці, а саме інтеграційних процесів та науково-технічної революції, а з іншого – ці тенденції охоплюють усі банки світу незалежно від організаційної форми та права власності.

Серед основних сучасних тенденцій розвитку банківської справи, які мали найбільший вплив на весь подальший розвиток світової банківської справи, виділяють зростання інноваційних технологій, початок яких пов'язують із появою електронних грошей. Існування цифрової готівки можливе за умови існування технології електронного гаманця, що являє собою картку з певною грошовою сумою і нині користується великою популярністю у всіх розвинутих країнах. Клієнти отримують низку переваг від використання такої картки. Так, вони можуть завантажувати готівку зі своїх рахунків на картку, а вся особиста інформація зберігається на чипі. Існування такої системи дало змогу здійснювати основні банківські послуги незалежно від банків.

Думки експертів у цій галузі дещо розходяться. З одного боку, побутує думка, що електронні розрахунки є викликом для банків, оскільки зменшують участь банків у виконанні їх функцій. З іншого – існує така думка, що немає ніяких концептуальних перешкод для переміщення фінансових активів з одного електронного рахунку на іншій. У зв'язку із цим зростає кількість прихильників використання електронних рахунків для операцій купівлі-продажу.

Не менш важливим є дослідження ролі сучасної банківської системи у здійсненні депозитно-кредитних операцій. Ключову роль у цьому процесі відіграють центральні банки країн, які виступають кредитором останньої інстанції і можуть здійснювати платежі домогосподарств, бізнесових та урядових структур. Звідси випливає, що основною функцією центральних банків є надання можливостей для всіх інших банків (які також можуть мати свої балансові рахунки у центральному банку) використовувати різноманітні технологічні можливості в процесі здійснення своїх традиційних (депозитних та кредитних) та новітніх операцій (інвестування). Для знаходження оптимального вирішення завдань на кредитному та депозит-

ному ринках банки можуть використовувати передові технології. Дослідження, проведені компанією Accenture 2014 у США, свідчать про те, що банки підтримуватимуть поширення електронної торгівлі, яка є найбільш економною формою розрахунків для клієнтів. Опитування, проведене компанією, показало, що наявні розбіжності між прагненнями клієнтів і можливостями банків

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що банки повинні зосередитися на трьох ключових моментах: цифрових технологіях, змінах у відношеннях із клієнтами та широкому застосуванні аналітичної інформації для прогнозування розвитку світової фінансової системи, щоб позбутися цього недолику. Електронні технології розповсюджуються на всі банківські процеси і, відповідно, прискорюють процес виконання платіжних трансакцій. Новітні технології дають змогу банкам поліпшувати якість послуг і значно скорочувати витрати щодо їх виконання. У виграші залишаються обидві сторони: доходи банків зростають, а клієнти користуються послугами більш високої якості. Під час розроблення банківських продуктів пріоритетом є добре прораховані технології простих продуктів, які розраховані на широке поле споживачів. Основною вимогою, яка ставиться перед банками, є координація бізнес-процесів. Так, необхідним є запровадження реінжинірингу послуг, що має на меті спрощення механізму здійснення платежів або підвищення швидкості їх здійснення. Незмінними залишаються використання новітніх технологій у своїй діяльності та наявність прозорого механізму взаємовідносин із клієнтами.

Все це забезпечує підвищення ефективності бізнес-напрямів: призводить до зниження витрат та підвищення рентабельності банківського бізнесу, яка за останні два десятиліття зросла у два рази. О. Павлюк у праці «Сучасні тенденції розвитку банківської системи» основною причиною такого зросту називає технологічні зміни банківського менеджменту, які дали змогу здійснити структурні та операційні реформи, що вплинуло на ефективність банківських операцій [1, с. 22].

Важливою тенденцією розвитку банківських систем є також інтеграція. П. Сенищ у статті «Сутність банківських систем: типологізація, класифікація і роль в економіці» визначає інтеграцію як процес, який передбачає поступову ліквідацію бар'єрів для входження у національні банківські системи іноземних банківських установ, лібералізацію руху капіталу, тісну взаємодію національних банківських систем як на рівні окремих комерційних банків, так і на рівні органів банківського регулювання та нагляду.

Європейським центральним банком було визначено внутрішню і зовнішню інтернаціоналізацію банківської системи. Внутрішня інтернаціоналізація визначається кількістю підрозділів, що були відкриті іноземними банківськими установами в певній країні, а також сумою активів цих установ, віднесеною до спільних активів консолі-

дованого банківського балансу. Зовнішня інтернаціоналізація характеризує активність вітчизняних банків за кордоном і визначається кількістю відділів і філій, відкритих вітчизняними банками в інших державах, і, відповідно, сумою активів, віднесеною до спільних активів консолідованого банківського балансу. Цей вид інтернаціоналізації передбачає входження закордонних інвесторів до вітчизняних банківських систем [3, с. 249].

Неможливість розширення діяльності на національних ринках є основною причиною, що зумовлює експансію іноземного банківського капіталу на нові ринки. Це може відбуватися через досягнення максимуму частки банківського сектору своєї країни, дозволеної антимонопольним законодавством, або внаслідок розвитку інших різноманітних способів залучення коштів позичальниками поза банками, особливо через ринок цінних паперів.

Фінансова глобалізація значно впливає на функціонування та розвиток банківських систем. Серед таких наслідків її впливу можна виділити концентрацію банківського капіталу та транскордонні процеси злиття і поглинання. Характерною є поява невеликої кількості глобальних банків, під контролем яких знаходяться великі обсяги фінансових ресурсів. Такі банки можуть безпосередньо впливати на функціонування національних банківських систем. Серед потенційних загроз можна виокремити втрату контролю над фінансовими процесами на рівні урядів окремих держав та водночас підвищення ролі міжнародних фінансових установ, що займаються наглядом і регулюванням фінансових відносин [3, с. 250].

Розвиток банківської системи є практично неможливим без створення ефективного механізму управління банківською діяльністю, дієвими системами регулювання, контролю і системи забезпечення фінансової безпеки [5, с. 7].

В останні роки актуальним є збалансовано-диференційоване державне регулювання банківської системи. Суть його полягає у тому, що по відношенню до однорідних груп банків (клас-терів), сформованих за певними спільними

ознаками, запроваджується індивідуальна система регуляторних та наглядових заходів.

Комплексний підхід до виділення та регулювання системно важливих банків як на міжнародному, так і на національному рівнях, відображає серія документів, розроблена Радою з фінансової стабільності та Базельським комітетом із банківського нагляду. Згідно з ними, системно важливі банки характеризуються значним обсягом і складністю операцій, системною взаємопов'язаністю, складністю заміності, а погіршення їхнього фінансового стану або порушення діяльності може завдати істотної шкоди банківській системі та економіці [6, с. 35].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Кожен з історичних періодів розвитку банківської системи характеризувався низкою особливих умов відповідно до еволюції грошово-кредитних відносин. Розширення банківської справи відбувалося поступово. На сучасному етапі спостерігається посилення процесів глобалізації, що спричинило появу тісних інтеграційних зв'язків між банківськими установами по всьому світу. Все це підсилюється фактом стрімкого розвитку інноваційних технологій.

Перед світовою банківською системою постають нові виклики, серед яких можна виділити підвищення рівня конкуренції на ринку фінансових послуг та розвиток електронних банківських технологій як новітніх каналів продажу банківських продуктів.

Виходячи із цього, можемо зробити наступні прогнози щодо майбутніх банківських глобалізаційних тенденцій:

- глобалізація буде проявлятися з огляду на інтеграційні тенденції найбільших міжнародних банків;
- підтримка технологічної рівноваги в розвитку банківської сфери розвинених країн та країн, що розвиваються;
- перехід глобалізаційних тенденцій на новий технологічний рівень у зв'язку з поширенням віртуальних банківських відділень та переходом банківських послуг на електронну основу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Павлюк О.О. Сучасні тенденції розвитку світової банківської системи. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 9. Ч. 4. С. 22–25.
2. Євтух Л.Б., Швед І.М. Світовий досвід забезпечення стабільності банківської системи. Вісник Університету банківської справи. 2016. № 1–2. С. 18–23.
3. Сенищ П.М. Сутність банківських систем: типологізація, класифікація і роль в економіці. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір: збірник наукових праць. Львів, 2013. С. 246–253.
4. Огерчук М.О. Сутність та передумови здійснення трансформації банківської системи. Фінансова система України: проблеми та перспективи розвитку в умовах трансформації соціально-економічних відносин: праці міжнар. наук.-пр. конф. (Севастополь, 16–18 травня 2013 р.). Сімферополь, 2013. С. 216–218.
5. Кузнецова С.А., Болгар Т.М., Пестовська З.С. Банківська система: навч. посіб.; за ред. С.А. Кузнецової. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 400 с.
6. Мордань Є.Ю. Визначення сутності поняття «банківська система» та її елементів як об'єктів державного регулювання. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2016. № 2. С. 29–38.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

TOPICAL ISSUES OF CUSTOMS POLICY FORMATION IN UKRAINE

Краснікова О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто актуальні питання митної політики України на сучасному етапі. Досліджено економічні механізми застосування митних інструментів регулювання зовнішньої торгівлі. Проаналізовано динаміку митних платежів за останні чотири роки до державного бюджету. Пріоритетами підвищення дієздатності митної політики визначено заходи, спрямовані на розвиток вітчизняного імпорту, створення сприятливих умов для учасників зовнішньоекономічної діяльності. Розроблено рекомендації щодо підвищення дієздатності митної політики України.

Ключові слова: митна політика, мито, митно-тарифне регулювання, зовнішньоекономічна діяльність.

В статье рассмотрены актуальные вопросы таможенной политики Украины на современном этапе. Исследованы экономические механизмы применения таможенных инструментов регулирования внешней торговли. Проанализирована динамика таможенных платежей за последние четыре года в государственный бюджет. Приоритетами повышения дееспособности таможенной политики определены пути, направленные на развитие отечественного импорта, создание благоприятных условий для участников внешнеэкономической деятельности. Разработаны рекомендации по повышению дееспособности таможенной политики Украины.

Ключевые слова: таможенная политика, пошлина, таможенно-тарифное регулирование, внешнеэкономическая деятельность.

The article deals with topical issues of customs policy formation in present-day Ukraine. It explores economic mechanisms of application of customs tools of foreign trade regulation. The paper analyzes fluctuations in customs payments for the last four years. The activities aimed at development of the national import and creating favorable conditions for foreign economic agents are defined as priorities for increase in customs policy performance. The author elaborates recommendations for increase in Ukraine's customs policy performance.

Key words: customs policy, customs, customs tariff regulation, foreign economic activity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах інтеграції України до європейського співтовариства та реалізації на практиці всіх складників безвізового режиму важливим елементом діяльності нашої держави є митна політика.

Вибір шляхів розвитку зовнішньоекономічної діяльності постійно перебуває у центрі уваги науковців, політичних діячів та пересічних громадян. Особливо це актуально в сучасних умовах, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, глобалізації світового господарства, міжнародного поділу праці. Одним із засобів регулювання зовнішньоекономічної діяльності є ефективна митна політика, від чого залежить не лише внутрішній ринок країни, поповнення дохідної частини державного бюджету, а й співпраця з міжнародними фінансовими інституціями та організаціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. У вітчизняних наукових працях питаннями митної політики займалися такі вчені, як Н.В. Осадча, О.П. Федотов, Ю.В. Макогон, О.О. Кахович, П.В. Пашко, І.Г. Бережнюк, О.П. Гребельник, О.І. Зельниченко, О.В. Мартинюк, Ф.Л. Жорін та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На сучасному етапі Україна вже визначила вектор розвитку своєї зовнішньої політики як шлях інтеграції до Європейського Союзу. Європейський вибір України зумовлений усвідомленням інтеграції як чинника сприяння державній незалежності, національній безпеці, політичній стабільності, економічному розвитку, інтелектуальному прогресу, відновленню європейської сутності країни. Ставлячи перед собою мету інтеграції до європейських структур, Україна усвідомлює, що західним державам нале-

жить провідна роль у сучасній міжнародній системі, зокрема у світовому економічному просторі і в міждержавних інституційних механізмах управління глобальними і регіональними процесами. Але інтегрування економіки України до європейської економічної системи повинно здійснюватися з урахуванням особливостей перехідного етапу її розвитку, а також очікуваних у найближчий час геополітичних і економічних змін на Європейському континенті, які пов'язані зі вступом нових країн до Європейського Союзу. Це вимагає більш ретельного врахування впливу євроінтеграційних процесів на реалізацію національних економічних інтересів України, використання об'єктивно існуючих порівняльних і конкурентних її переваг в окремих галузях і сферах економіки. У цьому контексті найважливішим складником є визначення митної політики держави, виявлення найбільш ефективного рівня захисту чи відкриття економіки для зовнішнього ринку [1, с. 91].

У Митному кодексі України державна митна політика трактується як система принципів та напрямів діяльності держави у сфері захисту митних інтересів та забезпечення митної безпеки України, регулювання зовнішньої торгівлі, захисту внутрішнього ринку, розвитку економіки України й її інтеграції до світової економіки. Державна митна політика є складовою частиною державної економічної політики [2].

Митна політика держави залежить від багатьох факторів, зокрема від стану внутрішнього середовища, яке включає відповідні політичний, соціальний та економічний складники. Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків України з європейським співтовариством свідчить, що в основі взаємовідносин між країнами лежить торговельна складник.

За даними Державної служби статистики України, у січні 2018 р. експорт товарів становив 3 724,2 млн. дол. США (у т. ч. з країнами ЄС – 1 707,6 млн. дол. США), імпорт – 4 008,3 млн. дол. (у т. ч. з країнами ЄС – 1 513,7 млн. дол. США). Порівняно із січнем 2017 р. експорт збільшився на 23,5% (на 709,7 млн. дол.), імпорт – на 31,4% (на 958,5 млн. дол.). Негативне сальдо становило 284,1 млн. дол. (у січні 2017 р. також негативне – 35,3 млн. дол.). Зовнішньоторговельні операції проводилися з партнерами зі 191 країни світу [3].

Отже, цілком очевидним є те, що реалізація митної політики на сучасному етапі потребує постійних змін та необхідності розширення масштабів міжнародної торгівлі. У зв'язку із цим слід суттєво вдосконалити митно-тарифні інструменти регулювання зовнішньої торгівлі, а їх елементом якраз і є митні тарифи.

У широкому розумінні митний тариф – це засіб здійснення зовнішньоторговельної політики держави, а також інструмент регулювання внутрішнього ринку країни у його тісній взаємодії із зовнішніми ринками [4].

Митні тарифи, як правило, захищають внутрішній ринок від іноземної конкуренції, оскільки збільшують ціну імпортного товару. Однак митний тариф в умовах лібералізації торгівлі не повинен утрачати своїх основних функцій, збалансовуючи національні інтереси з інтересами інших країн.

Знижуючи чи підвищуючи митні тарифи, країна завжди ризикує: у першому випадку – отримати перенасичення внутрішнього ринку імпорними товарами, що призведе до зменшення національного виробництва таких товарів, а в другому – завести країну в глухий кут міжнародної економічної ізоляції. Тому завжди необхідно проводити виважену митно-тарифну політику і зважати на власні економічні інтереси [5, с. 167].

Структура тарифів багатьох європейських країн передусім забезпечує захист національних товаровиробників, не перешкоджаючи при цьому ввезенню сировини та напівфабрикатів. Для захисту національних виробників готової продукції та стимулювання ввезення сировини та напівфабрикатів використовується тарифна ескалація, тобто підвищення рівня митного оподаткування товарів у міру зростання ступеня їх належної обробки.

У контексті процесу інтеграції України до Європейського Союзу у вигляді підписання угоди про ЗВТ та для того, щоб посилити співпрацю з провідними світовими економічними організаціями, варто подібно до країн Центральної Європи, які вже пройшли цей шлях, вносити зміни в національне законодавство та використовувати лише ті інструменти митно-тарифного регулювання, які не лише не суперечать принципам ЄС, а й здатні захистити економічні інтереси України, тобто варто поступово зменшувати митні ставки відповідно до домовленостей, при цьому не відмовляючись від захисту вразливих галузей економіки (АПК, машинобудування, харчової промисловості, енергетичного сектора та ін.), а також продовжити подальше впровадження системи аналізу ризиків та постаудиту для запобігання митним правопорушенням [6].

Під час визначення засобів митно-тарифного регулювання слід урахувувати ступінь підтримки вітчизняних товаровиробників за рахунок обмеження ввезення продукції і стимулювання її випуску на українських підприємствах, обсяг потреби в даному товарі, досліджуючи при цьому регіональні тенденції зміни обсягу платоспроможного попиту з погляду зростання реальних доходів населення.

Основними тенденціями, які сформувалися в останній час у застосуванні мита як загальновідомого метода регулювання зовнішньої торгівлі, є такі: зниження розміру ставок митного оподаткування; посилення захисту внутрішнього ринку за рахунок вибіркового збільшення ставок мита на окремі товари та зниження їх рівня, насамперед на необхідну сировину і товари, що входять складниками в готову продукцію; заміна

Таблиця 1

Динаміка надходжень ввізного мита до державного бюджету України за 2014–2017 рр.

Роки	Сума ввізного мита, млн. грн.	Всього надходжень до державного бюджету, млн. грн.	Питома вага ввізного мита в загальних надходженнях до державного бюджету, %
2014	12389	354966	3,5
2015	39881	531551	7,5
2016	20001	612103	3,3
2017	23898	787297	3,0

експортних ставок мита на інші, гнучкіші, як тарифні, так і нетарифні методи регулювання експортних потоків, що зумовлено загальною тенденцією до посилення стимулювання експорту в країнах; заміна транзитних ставок мита на різноманітні види зборів і податків, які мають обґрунтованіший та ліберальніший характер, що пояснюється прагненням транзитних країн до збільшення обсягів транзиту товарів.

За даними Державної казначейської служби України, питома вага ввізного мита в загальних надходженнях державного бюджету за останні чотири роки має тенденцію до зменшення [7].

Збільшення питомої ваги ввізного мита в 2015 р. зумовлене застосуванням ефективних заходів, спрямованих на здійснення належної організації митного контролю, ефективної протидії митним правопорушенням, забезпечення повноти оподаткування товарів, достовірності декларування товарів, транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, посилення роботи з контролю над правильною визначенням митної вартості товарів, класифікації країни походження тощо.

У 2016 р. надходження від мита зменшилися у зв'язку зі зниженням обсягу імпорту в Україну та повільними темпами виходу вітчизняної продукції на зовнішні ринки. У зв'язку зі збільшенням із 15.09.2016 розміру вивізного мита на металобрухт у три рази (з 10 євро за 1 т до 30 євро) мало місце зменшення експорту цієї продукції, що негативно вплинуло на надходження вивізного мита [8, с. 164]. А в 2017 р. до цих факторів додалося ще погіршення торговельних відносин із Росією як одного з головних часу торговельних партнерів України.

В умовах формування розвитку ринкових відносин митна політика поступово стає інструментом і засобом розв'язання внутрішньоекономічних завдань: вона покликана стимулювати всебічний розвиток вітчизняної економіки, надавати їй нові імпульси, захищати від про-

никнення деструктивних елементів та їх руйнівного впливу на соціально-економічне становище країни.

Беручи до уваги те, що з кожним роком збільшується вплив європейської спільноти на Україну, слід неухильно працювати над оптимізацією відносин з Європейським Союзом, а єдиний шлях для цього полягає у тому, щоб засвоїти досвід країн Центральної Європи. Українське державне керівництво має чітко підтримувати незмінність зовнішньополітичного курсу на євроінтеграцію, проводити відкрити, прозору і зрозумілу для своїх громадян та світу інтеграційну політику, впроваджувати європейські норми і стандарти життя.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, на основі вищенаведених фактів можна зробити такі висновки. Необхідно замінити заборонені в СОТ квоти на митні тарифи та спростити митні процедури. Це дасть змогу збільшити тарифну базу та сприятиме поліпшенню товарообігу, що, своєю чергою, збільшить надходження до державного бюджету. Під час розроблення змін до митного тарифу слід детально аналізувати кон'юнктуру товарного ринку різних галузей економіки України та відповідно до цього будувати систему методів захисту національного виробника. На порядку денному також активізація взаємодії Державної митної служби з митними службами інших країн та узгодження нормативно-правових актів, що регламентують зовнішньоекономічну діяльність. Це дасть можливість обмінюватися інформацією, виявляти корупційні тіньові схеми суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Зміна економічних умов повинна сприяти мобільності основних її елементів. Це дасть змогу побудувати митну систему так, щоб забезпечити економічних суб'єктів у доцільності сплати митних платежів, а також у тому, що держава врахує їхні інтереси.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дзюба Н. Трансформація митної політики України, на шляху до членства в Європейському Союзі. Митна політика та актуальні проблеми економічної безпеки України на сучасному етапі: збірник тез доповідей та матеріалів учасників круглого столу студентського Науково-практичного гуртка митної справи кафедри державних та місцевих фінансів (Львів, 4 квітня 2017 р.). Львів, 2017. С. 90–94.
2. Митний кодекс України: Закон України від 13 березня 2012 р. № 4495-VI. Голос України. 2012. № 73–74.
3. Зовнішня торгівля України товарами у січні 2018 року. Державна служба статистики України. 2018. URL: http://ukrstat.gov.ua/express/expr2018/03/37_w.zip.
4. Плахотна К.Є. Митно-тарифне регулювання в умовах лібералізації торгівлі. Інтернет-холдинг Олега Соскіна. 2012. URL: <http://soskin.info/ea/2012/5-6/201217.html>.
5. Софіщенко І.Я., Руба М.О. Митна політика України в умовах розвитку відносин з Європейським Союзом. Вісник ЖДТУ. 2016. № 1(75). С. 165–170.
6. Новікова К.І. Світовий досвід митно-тарифного регулювання та можливості його застосування в Україні. Економічні науки. Державне регулювання економіки. URL: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/57999.doc.htm (дата звернення: 28.03.2018).
7. Інформація про виконання Державного бюджету України за доходами, надходження до місцевих бюджетів та ЄСВ. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/publish/category/23596> (дата звернення: 30.03.2018).
8. Новосад І. Діагностика фінансової складової митної безпеки України. Світ фінансів. 2017. № 3(52). С. 157–166.

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

FORMATION OF INVESTMENT ACTIVITY OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE STATE

Погріщук Г.Б.

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету

Мацедонська Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету

У статті здійснено огляд підприємств машинобудування Вінницької області та виявлено проблеми активізації їхньої інвестиційної діяльності. Проаналізовано джерела фінансування інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств. Охарактеризовано напрями вдосконалення системи управління інвестиційною діяльністю для забезпечення адаптації підприємств галузі машинобудування до змін ринкового середовища.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційна привабливість, промислові підприємства, науково-технічний прогрес, фінансування інвестиційних вкладень, залучення капіталу.

В статье осуществлен обзор предприятий машиностроения Винницкой области и выявлены проблемы активизации их инвестиционной деятельности. Проанализированы источники финансирования инвестиционной деятельности отечественных предприятий. Охарактеризованы направления совершенствования системы управления инвестиционной деятельностью для обеспечения адаптации предприятий отрасли машиностроения к изменениям рыночной среды.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность, промышленные предприятия, научно-технический прогресс, финансирование инвестиционных вложений, привлечение капитала.

In the article reviews the enterprises of mechanical engineering of Vinnytsia region and found problems of activating their investment activity. The sources of financing of investment activity of domestic enterprises are analyzed. The directions of improvement of the investment management system for the adaptation of the enterprises of the mechanical engineering industry to changes in the market environment are described.

Key words: investment, investment activity, investment attractiveness, industrial enterprises, scientific and technological progress, financing of investment investments, attraction of capital.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Інвестиції сьогодні є головним інструментом здійснення структурної перебудови промислових підприємств і основою їхнього інноваційного розвитку в рамках науково-технічного прогресу. Дефіцит інвестиційних ресурсів в економіці України призвів до спаду промислового виробництва. Інвестиційна привабливість багатьох вітчизняних промислових підприємств знаходиться на низькому рівні, а інвестори розглядають вкладення в підприємства як високоризиковані. Правове й еконо-

мічне регулювання інвестиційної діяльності, яке застосовується державою, не дає належної віддачі. Менеджмент підприємств, орієнтований переважно на короткострокові і вузькі цілі, не вирішує стратегічних завдань із розвитку бізнесу щодо управління привабливістю підприємств для інвесторів. Виробничі потужності підприємств галузі машинобудування перебувають на межі критичного стану й вимагають невідкладних заходів, спрямованих на їх відновлення, що потребує значних фінансових вкладень. Тема дослідження є актуальною, оскільки комплекс питань, пов'язаних із здійсненням інвестиційної

діяльності промислових підприємств, вимагає глибоких знань теорії і практичних навичок прийняття управлінських рішень у сфері обґрунтування інвестиційної політики, вибору найбільш ефективних її напрямів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Інвестиційний складник економічного зростання вивчається у різних вітчизняних і зарубіжних наукових школах. Проблема активізації інвестиційної діяльності, дослідженню взаємозв'язку інвестицій та економічного зростання, факторів інвестування, проблем залучення капіталу присвячено праці таких відомих зарубіжних та вітчизняних учених, як: О.І. Амоша, Г. Александер, А.Н. Асаул, Дж. Бейлі, Є.А. Бельтюков, І.О. Бланк, М.П. Войнаренко, А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, М.С. Герасимчук, Л.Дж. Гітман, А.Ф. Гойко, М.Д. Джонк, Р. Дорнбуш, Дж.М. Кейнс, Ф. Кене, С.В. Ковальчук, І.М. Крейдич, О.В. Кухленко, Т.В. Майорова, П. Массе, П.П. Микитюк, А.А. Пересада, В.В. Стадник, В.Г. Федоренко, О.В. Феєр, С. Фішер, Е. Хансен, Н.А. Хрущ, Н.І. Чухрай, У. Шарп, В.Я. Шевчук, Р. Шмалензі та ін. У наукових працях учених обґрунтовано фундаментальні положення для подальшого дослідження управлінських процесів інвестиційної діяльності підприємств. Проте розвиток соціально-економічних відносин, потенціалу технічної модернізації вимагають нових наукових розробок щодо напрямів удосконалення системи управління інвестиційною діяльністю для забезпечення адаптації підприємств галузі машинобудування до змін ринкового середовища і підвищення їхньої конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринках.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є огляд джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємств машинобудування Вінницької області та визначення необхідних напрямів щодо поліпшення їхньої інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Машинобудування Вінницької області створює майже 2,4% валового регіонального продукту України. Машинобудівні підприємства Вінниччини виготовляють продукцію верстатобудівної, інструментальної, приладобудівної, автомобільної промисловості, що випускають обладнання для сільського, будівельного та комунального господарства, для легкої та харчової промисловості. Найбільш потужними підприємствами Вінницької області є ПАТ «Могилів-Подільський машзавод», ПАТ «Хмільниксільмаш», ПАТ «Барський машзавод», ПАТ «Калинівський машзавод», ПАТ «Маяк», Жмеринський ТОВ «Експрес», ТОВ «Вінницький агрегатний завод», ДП «Вінницятрансприлад».

У галузі станом на 01 січня 2018 р. працює 4 251 особа. На машинобудівних підприємствах

за 2017 р. обсяги виробництва продукції зросли на 28,7% та реалізовано продукції на суму 1,59 млрд. грн. Вагому частку (48,9%) у машинобудуванні Вінниччини займає виробництво машин та устаткування, 22,7% припадає на виробництво електричного устаткування, 20,7% – на виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції та 7,6% – на виробництво транспортних засобів та устаткування. У виробництві машин та устаткування Вінниччини майже третину (32,8%) займає виробництво машин і устаткування спеціального призначення, 31,8% – виробництво машин і устаткування для виготовлення харчових продуктів і напоїв, 22,5% – виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства, 20,7% – виробництво гідравлічного та пневматичного устаткування, 13% – виробництво інших машин і устаткування загального призначення. Важливе місце в машинобудуванні Вінницької області займає сільськогосподарське машинобудування, де підприємства області випускають плуги відвальні, розпушувачі та культиватори, борони дискові, машини для приготування кормів для тварин, причепи та напівпричепи сільськогосподарські самозавантажувальні або саморозвантажувальні, вузли та деталі до машин сільськогосподарського призначення. 75% виробництва електричного устаткування займає виробництво побутових виробів. В області виробляються електроплитки для приготування їжі, електроприлади для обігріву приміщень та обігріву ґрунту, водонагрівачі електричні, прилади електронагрівальні [1].

Галузь машинобудування має низький рівень рентабельності, значну частину зарплат основних фондів та недостатність коштів для фінансування власної інвестиційної діяльності. Як наслідок, лише окремим підприємствам вдається виживати в складних політичних і економічних умовах та здійснювати пошук недовготривалих господарських взаємозв'язків із виходу на зовнішній ринок для реалізації окремих видів машинобудівної продукції. Негативно також впливають на діяльність машинобудівних підприємств повільний розвиток галузей машинобудування; погіршення матеріально-технічного забезпечення господарської діяльності; висока залежність від постачальників комплектуючих виробів і деталей; складність вирішення екологічних проблем; прискорення морального старіння та матеріальної зношеності основних засобів; відсутність швидких темпів інновацій, інвестицій та розвитку науково-технічного прогресу. На машинобудівних підприємствах Вінниччини використовується значна частина фізично зношеного обладнання і морально застарілих основних засобів. Досліджуючи ступінь зносу основних засобів у 2013–2017 рр. на машинобудівних підприємствах Вінницької області, слід зробити висновок, що на ПАТ «Могилів-Подільський машзавод» він становив у середньому 48,93%, що свідчить про те, що підприємство працює не на повну вироб-

ничу потужність, а його основні засоби використовуються лише на 65%. На ПАТ «Барський машзавод» ступінь зносу основних засобів за досліджуваний період становив у середньому 63,27%, на ПАТ «Хмільниксільмаш» – 68,42%, на ТОВ «Вінницький агрегатний завод» – 69,87%, на ПАТ «Калинівський машзавод» – 69,51% [2]. Для всіх підприємств Вінницької області необхідні значні інвестиційні ресурси для оновлення основних засобів. Обсяг основних засобів, що вводяться в експлуатацію підприємствами, є недостатнім для забезпечення їхньої ефективної діяльності, що негативно характеризує амортизаційну політику підприємств. Саме тому найбільш актуальними залишаються проблеми застарілих основних засобів, що негативно впливають на якість та собівартість продукції. Отже, фінансування інвестиційної діяльності машинобудівних підприємств Вінницької області за рахунок власних фінансових ресурсів надає їм можливість отримати більшу суму прибутку, яку знову можна вкласти в інвестиційну, фінансову та операційну діяльність і, таким чином, забезпечити приріст власного капіталу та підвищення ефективності діяльності.

Машинобудування характеризується тривалим операційним циклом, що, відповідно, формує циклічну потребу у фінансових ресурсах. Ситуація також погіршується за рахунок кризи, наслідки якої повною мірою відбилися на всіх вітчизняних промислових підприємствах. Важливим моментом, на думку багатьох науковців, залишається вибір методів нарахування амортизації як основного джерела фінансування інвестиційної діяльності. При цьому необхідно враховувати, що держава надає підприємствам можливість використовувати прискорені методи нарахування амортизації, які надаватимуть, з одного боку, можливість підприємствам збільшити власні джерела інвестування, а з іншого – збільшити витрати та зменшити податок на прибуток підприємства. Тому обґрунтована амортизаційна політика повинна виступати важливим складником інвестиційної політики машинобудівного підприємства.

Запровадити сучасні технології виробництва та управління у вітчизняний машинобудівний комплекс і забезпечити його динамічний розвиток тільки за рахунок власних джерел фінансування інвестиційної діяльності неможливо, тому постає необхідність використовувати залучені і запозичені джерела інвестицій. Оскільки більшість досліджуваних машинобудівних підприємств є акціонерними товариствами, то для фінансування їх інвестиційної діяльності досить привабливою є перспектива залучення додаткових коштів шляхом емісії цінних паперів, як акцій, так і облігацій. В українській практиці облігаційні позики можуть використовувати лише акціонерні товариства зі стійкою фінансовою репутацією та високим іміджем на ринку. У протилежному разі емісія облігацій неможлива. Державне фінансування з державного

чи місцевих бюджетів найчастіше здійснюється у формі державної підтримки великих високо-ефективних інвестиційних проектів, фінансування цільових програм та проектів. Фінансування у межах цільових програм передбачає надання державою позики безпосередньо підприємству за умови цільового використання цих коштів. Таке фінансування здійснюється переважно за рахунок бюджетів усіх рівнів або за рахунок коштів іноземних інвесторів. Разом із тим сьогодні фінансування інвестиційної діяльності за рахунок коштів державного і місцевого бюджетів не можна розглядати як інструмент, який широко застосовується. Хоча відомі проекти машинобудівних підприємств, пов'язані з необхідністю підвищення обороноздатності країни у зв'язку зі збройним конфліктом на сході України, які фінансуються державою.

Вітчизняні підприємства нерідко використовують для фінансування довгострокових інвестиційних вкладень короткострокові зобов'язання у вигляді кредиторської заборгованості. Складність прогнозування обсягів та врахування особливостей формування таких джерел не дає змоги використовувати їх для довгострокового інвестування. Окремо до можливих джерел інвестування доцільно віднести кредиторську заборгованість, термін сплати за якою ще не настав або минув, а також страхові відшкодування, благодійну допомогу, цільове фінансування та інші кошти у вигляді короткострокових зобов'язань. При цьому можливість виникнення таких джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства має ймовірний характер, що проявляється у їх випадковості та непостійності.

У сучасних умовах найбільш поширеною формою залучення позикових зовнішніх ресурсів є банківський кредит. Оскільки для вітчизняних підприємств важливу роль відіграє рівень облікової ставки, то головний акцент під час фінансування інвестиційної діяльності підприємств робиться на власні ресурси, що має низку переваг, а саме: підвищення фінансової стійкості за рахунок додатково сформованого з прибутку власного капіталу; стабільне формування та використання власних коштів упродовж року; мінімізація витрат на обслуговування боргу за кредитом; спрощений механізм прийняття управлінських рішень щодо розвитку підприємства. Основним джерелом інвестування нині залишаються власні ресурси машинобудівних підприємств, модернізація виробничого обладнання та освоєння нових видів продукції, як правило, на запити конкретних покупців. На нашу думку, всі інвестиційні процеси машинобудівних підприємств сьогодні необхідно спрямувати на запровадження високих технологій для виробництва продукції нового покоління, яка дала б змогу підприємствам активно формувати попит на машинобудівну продукцію на внутрішніх і зовнішніх ринках, забезпечувати стабільний розвиток та збільшення власного прибутку і прибутку інвесторів.

Основною метою управління інвестиційною діяльністю машинобудівного підприємства є вибір реальних видів інвестиційної діяльності на підставі оцінки його потенційних можливостей і тенденцій розвитку, а також забезпечення зростання його капіталу, максимізація ринкової вартості та поліпшення добробуту власників. Зростання ринкової вартості машинобудівного підприємства та добробуту його власників є потужним стимулюючим мотивом підвищення інвестиційної привабливості підприємства в довгостроковому періоді. Підвищення ринкової вартості та інвестиційної привабливості з позицій ефективного управління інвестиційною діяльністю можливе шляхом:

- обґрунтування напрямів інвестиційної діяльності машинобудівного підприємства, спрямованих на впровадження новітніх досягнень науки і техніки в усі сфери його функціонування. Для цього необхідні об'єктивна оцінка здатності підприємства до реалізації наукових розробок, їх кадрового та ресурсного забезпечення й зіставлення одержаних результатів оцінки з реальними можливостями підприємства;

- формування обґрунтованої інвестиційної політики, на її основі інвестиційної програми та інвестиційних проектів, інтегрованих у загальну стратегію розвитку підприємства, здатних забезпечити високі темпи його економічного розвитку та конкурентоспроможності. Для цього необхідно враховувати особливості діяльності підприємства, його потенційні можливості, а також основні зовнішні фактори, які в комплексі визначають види інвестиційних проектів, характер їх протікання, обсяг інвестиційних ресурсів та обмежувальні умови здійснення інвестицій машинобудівним підприємством у різні періоди і на різних етапах інвестиційних процесів;

- визначення достатнього обсягу інвестиційних ресурсів, їх джерел та форм фінансування, необхідних для реалізації заходів інвестиційної діяльності згідно з розробленою програмою підприємства на кожному етапі інвестиційного процесу в конкретному плановому періоді;

- мінімізації інвестиційних ризиків. Для їх зменшення необхідно враховувати можливі механізми їх нейтралізації: диверсифікація, хеджування, обмеження концентрації ризиків, розподіл ризиків, самостраховування, уникнення ризиків [3, с. 14];

- забезпечення максимальної дохідності від інвестиційних процесів чи одержання інших економічних і соціальних ефектів при мінімальних ризи-

ках. Для цього здійснюється обґрунтування реальних проектів, видів інвестицій на основі досягнутого підприємством рівня розвитку та обсягів ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності;

- реалізації практичних заходів інвестиційної діяльності, спрямованих на забезпечення високих темпів розвитку операційної діяльності підприємства за рахунок зростання продуктивності праці, вдосконалення технологічних процесів за рахунок інвестицій у високі технології підприємства, стратегічні активи, розширене відтворення необоротних активів;

- постійного контролю ліквідності інвестицій та здійснення заходів з її оптимізації. У разі зниження очікуваного доходу окремих інвестиційних процесів необхідно вносити зміни до інвестиційної програми підприємства, планувати нові інвестиційні заходи для реінвестування капіталу з метою уникнення збиткових інвестиційних процесів або з метою спрямування інвестицій у найбільш дохідні об'єкти [4, с. 30];

- постійного контролю фінансової стійкості і платоспроможності підприємства протягом інвестиційної діяльності. Особливої уваги заслуговує збалансування інвестиційних ресурсів і інвестиційних витрат за обсягами та термінами здійснення, оскільки процес інвестування передбачає відволікання грошових коштів з обороту підприємства на тривалий період часу, що викликає потребу в розробленні обґрунтованих схем фінансування реальних інвестиційних проектів та прогнозуванні міри впливу інвестиційної діяльності підприємства на рівень його стійкості та платоспроможності;

- виявлення резервів прискорення інвестиційних процесів, що сприятиме прискоренню економічного розвитку підприємств, скороченню термінів використання кредитів та зменшенню фінансових витрат, збільшенню прибутку підприємства від інвестиційної, фінансової та операційної діяльності.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Для сучасної економіки характерна зростаюча нестабільність зовнішнього середовища, передусім непередбачуваність попиту, посилення конкуренції. Очевидно, що в таких умовах машинобудівним підприємствам слід будувати стратегію свого розвитку, опираючись переважно на власні ресурси, вирішуючи проблеми забезпечення стійкості за рахунок скорочення витрат, підвищення ефективності управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Статистична інформація / Головне управління статистики у Вінницькій області. URL: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information.html>.
2. Фінансова звітність підприємств. URL: www.Smida.com.ua.
3. Управление инвестиционной деятельностью в регионах Российской Федерации: монография / О.Ф. Быстров, В.Я. Поздняков, В.М. Прудников и др. М.: ИНФРА-М, 2008. 358 с.
4. Основи інвестиційного менеджменту: навч. посіб. / В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда. К.: Кондор, 2008. 340 с.

МІЖБЮДЖЕТНІ ТРАНСФЕРТИ З ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: МОНІТОРИНГ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

INTERBUDGETARY TRANSFERS FROM THE STATE BUDGET TO LOCAL BUDGETS: MONITORING AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT

Простебі Л.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті здійснено моніторинг надходжень міжбюджетних трансфертів із державного бюджету до місцевих бюджетів у контексті вже здійснених реформ. Проведено аналіз динаміки та структури надходжень міжбюджетних трансфертів із державного бюджету до місцевих бюджетів України за 2015–2017 рр. Визначено проблемні питання та шляхи вдосконалення функціонування системи міжбюджетних трансфертів в Україні.

Ключові слова: міжбюджетні трансферти, базова дотація, реверсна дотація, субвенції, місцеві бюджети, децентралізація, доходи бюджету.

В статье осуществлен мониторинг поступлений межбюджетных трансфертов из государственного бюджета в местные бюджеты в контексте уже осуществленных реформ. Проведен анализ динамики и структуры поступлений межбюджетных трансфертов из государственного бюджета в местные бюджеты Украины за 2015–2017 гг. Определены проблемные вопросы и пути совершенствования функционирования системы межбюджетных трансфертов в Украине.

Ключевые слова: межбюджетные трансферты, базовая дотация, реверсная дотация, субвенции, местные бюджеты, децентрализация, доходы бюджета.

In the scientific article analyzes interbudgetary transfers from the state budget to local budgets in the context of implemented reforms. The analysis of dynamics and structure of revenues of interbudgetary transfers from the state budget to local budgets of Ukraine for 2015–2017 is carried out. Problematic issues and ways of improving the functioning of the system of intergovernmental transfers in Ukraine have been identified.

Key words: interbudgetary transfers, basic subsidies, reverse subsidies, subventions, local budgets, decentralization, budget revenues.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах розвитку економіки країни триває реформування бюджетної сфери в напрямі децентралізації. Цей процес пов'язаний із трансформацією міжбюджетних відносин, адже наявність фіскальних дисбалансів у різних регіонах держави зумовлює необхідність державного регулювання міжбюджетних відносин. Основним інструментом регулювання міжбюджетних відносин є міжбюджетні трансферти. Дослідження системи функціонування міжбюджетних трансфертів набуває надзвичайної актуальності як із теоретичного, так і з практичного погляду в умовах фіскальної децентралізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної про-

блеми і на які спирається автор. Дослідженням проблем функціонування системи міжбюджетних трансфертів присвятили свої праці такі вчені: Н. Власюк [1], Н. Криштоф [2], М. Ливдар [3], О. Кириленко [4], О. Макар, В. Письменний [5], О. Чубка [3], та багато інших. У наукових статтях цих авторів розглядаються теоретичні та практичні аспекти організації міжбюджетних відносин, проблеми й напрями організації міжбюджетних відносин у контексті підтримки соціально-економічного розвитку регіонів країни, переваги і недоліки реформування системи міжбюджетних трансфертів в Україні тощо.

Проте, на нашу думку, практичні аспекти функціонування системи міжбюджетних трансфертів потребують подальших досліджень та пошуку шляхів удосконалення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз надходжень міжбюджетних трансфертів із державного бюджету до місцевих бюджетів у контексті здійснених реформ та визначення проблем і шляхів удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основною формою реалізації міжбюджетних відносин в Україні виступають міжбюджетні трансферти. Вони є важливим засобом бюджетного регулювання і фінансового забезпечення місцевих бюджетів.

Види міжбюджетних трансфертів визначені бюджетним кодексом і представлені на рис. 1.

Ст. 97 Бюджетного кодексу [6] визначено перелік міжбюджетних трансфертів, які можуть передбачатися у держбюджеті для місцевих бюджетів. Обсяги міжбюджетних трансфертів щорічно затверджуються законом про держбюджет і надаються місцевим бюджетам, які мають взаємовідносини з державним бюджетом: обласним, бюджетам міст обласного значення, бюджетам об'єднаних територіальних громад, що створюються згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, районним бюджетам. У 2017 р. взаємовідносини з державним бюджетом мали 998 бюджетів (без непідконтрольних територій – 34), у тому числі 24 обласні бюджети, 148 бюджетів міст обласного значення, бюджет м. Києва, 459 районних бюджетів, 366 бюджетів об'єднаних територіальних громад [7].

В Україні з 2015 р. було запроваджено і реалізовано нову модель міжбюджетних відносин. Змінами до Бюджетного кодексу було скасовано дотацію вирівнювання, а для горизонтального

вирівнювання податкоспроможності територій застосовуються базова та реверсна дотації [2]. Крім того, було впроваджено механізм (діяв у 2015–2016 рр.), за якого держава шляхом передачі спеціальних трансфертів (субвенцій) повною мірою взяла на себе відповідальність щодо фінансового забезпечення поточних видатків установ медичної та освітньої сфер, що належать до повноважень місцевих бюджетів і становлять значний обсяг у їхніх видатках [2]. Проте в 2017 р. кошти цих субвенцій мають спрямовуватися виключно на оплату праці з нарахуваннями педагогічних працівників, утримання професійно-технічних навчальних закладів, державної та комунальної власності в частині забезпечення видатків на здобуття повної загальної середньої освіти та оплати поточних видатків медичних закладів, окрім випадків на оплату комунальних послуг та енергоносіїв. Для фінансування інших видатків цих закладів уперше передбачено додаткову дотацію на фінансування переданих із державного бюджету видатків на утримання закладів освіти та охорони здоров'я.

Дослідимо планові та фактичні показники надходжень міжбюджетних трансфертів із державного бюджету до місцевих бюджетів за 2015–2017 рр. (рис. 2).

У 2017 р. місцевим бюджетам було надано з державного бюджету України трансфертів в обсязі 272,6 млрд. грн., що становить 97,6% від планового обсягу. У 2016 р. виконання плану становило 99,3%, а в 2015 р. план було виконано на 98,6%.

За даними звітності Державної казначейської служби України проведемо аналіз надходжень міжбюджетних трансфертів до місцевих бюджетів України за 2015–2017 рр. (табл. 1)



Рис. 1. Види міжбюджетних трансфертів

Звітні показники показують тенденцію зростання обсягів міжбюджетних трансфертів до місцевих бюджетів за період дослідження. У 2017 р. до місцевих бюджетів надійшло офіційних трансфертів в обсязі 272 602,9 млн. грн., у 2016 р. – 195 395,4 млн. грн. та у 2015 р. – 173 980,4 млн. грн. Таким чином, у 2017 р. бачимо збільшення транс-

фертів в абсолютній величині на 77 207,5 млн. грн. (або на 39,5%), ніж у 2016 р., та на 98 622,5 млн. грн. (або на 56,7%) більше, ніж у 2015 р.

Показники табл. 1 показують, що майже всі види трансфертів із кожним роком зростають. Винятком є лише зменшення обсягів стабілізаційної дотації у 2017 р.

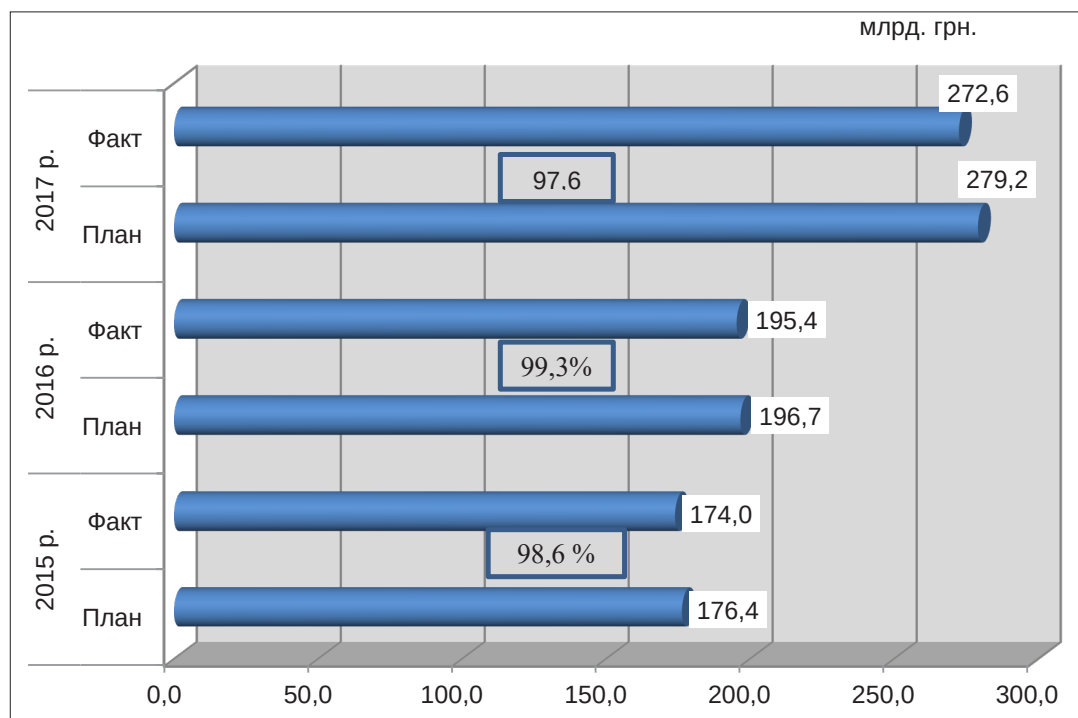


Рис. 2. Планові та фактичні показники надходжень міжбюджетних трансфертів із державного бюджету до місцевих бюджетів за 2015–2017 рр.

Джерело: розраховано на основі даних [8]

Таблиця 1

Динаміка надходжень міжбюджетних трансфертів із державного бюджету до місцевих бюджетів України за 2015–2017 рр., млн. грн.

Трансферти	Фактичні значення			Відхилення					
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Абсолютне, +/-			Відносне, %		
				2016 р./ 2015 р.	2017 р./ 2016 р.	2017 р./ 2015 р.	2016 р./ 2015 р.	2017 р./ 2016 р.	2017 р./ 2015 р.
Базова дотація	5261,9	4744,2	5815,4	-517,7	1071,2	553,5	-9,8	22,6	10,5
Стабілізаційна дотація	2000,0	2000,0	1137,8	0,0	-862,2	-862,2	0,0	-43,1	-43,1
Освітня субвенція	44085,3	44512,5	51487,6	427,2	6975,1	7402,3	1,0	15,7	16,8
Медична субвенція	46177,0	44433,7	56220,1	-1743,3	11786,4	10043,1	-3,8	26,5	21,7
Субвенція із соціального захисту населення	63282,5	94151,2	124678,4	30868,7	30527,2	61395,9	48,8	32,4	97,0
Інші	13173,7	5553,8	33263,6	-7619,9	27709,8	20089,9	-57,8	498,9	152,5
Всього	173980,4	195395,4	272602,9	21415,0	77207,5	98622,5	12,3	39,5	56,7

Джерело: розраховано на основі даних [8]

Значно зросли обсяги субвенцій із соціального захисту населення за період дослідження. У 2017 р. їх обсяг становив 124 678,4 млн. грн., а це на 30 527,2 млн. грн. більше, ніж у 2016 р., та на 61 395,9 млн. грн. більше, ніж у 2015 р. Позитивне відносне відхилення за 2015–2017 рр. становило аж 97%.

Відзначимо, що частка трансфертів у структурі доходної частини місцевих бюджетів України в 2015 р. становила 59,1%, у 2016 р. зменшилася на 5,7% і становила 53,4%, а в 2017 р. – 54,3%. Тобто спостерігаємо зменшення на 4,8% порівняно з 2015 р. (рис. 3).

Темп зростання обсягів трансфертів у 2017 р. є вищим за минулорічний показник. Зауважимо, що на протиположну ситуацію минулого року їх зростання відбувалося вищими темпами, ніж доходів місцевих бюджетів (рис. 4).

У структурі трансфертів, які передаються з державного бюджету до місцевих, вагому частку займають субвенції із соціального захисту населення (табл. 2). За 2017 р. вони становили 45,7% від усіх міжбюджетних трансфертів, що надійшли з державного бюджету. У 2016 р. ця частка становила 48,2%, а в 2015 р. – 36,4%.

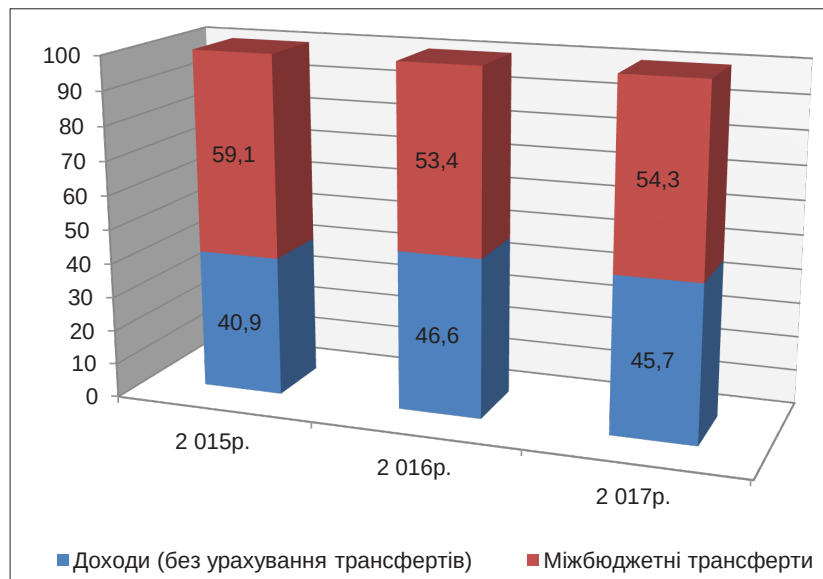


Рис. 3. Питома вага доходів місцевих бюджетів (без урахування трансфертів) та міжбюджетних трансфертів у структурі доходної частини місцевих бюджетів України за 2015–2017 рр. [8]

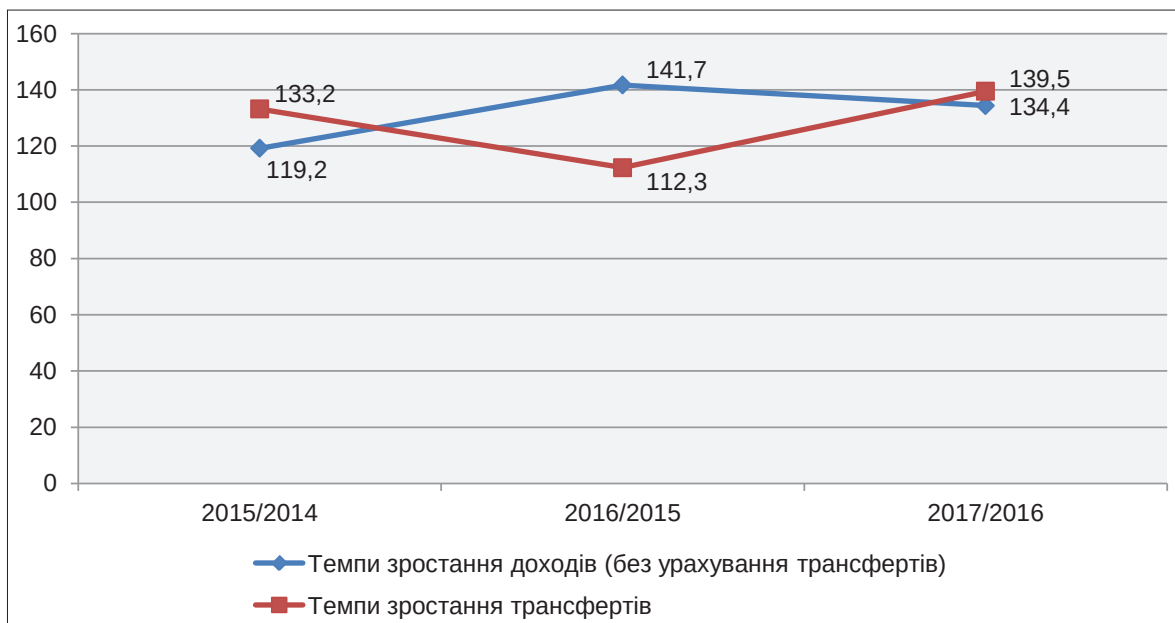


Рис. 4. Темпи зростання доходів місцевих бюджетів та міжбюджетних трансфертів за 2015–2017 рр. [8]

Значною є питома вага у структурі трансфертів медичної субвенції. У 2015 р. вона становила 26,5%, у 2016 р. – 22,7%, тобто зменшилася на 3,8% порівняно з 2015 р. У 2017 р. частка даних надходжень становила 20,6%, а це на 2,1% менше, ніж у попередньому році, та на 5,9% менше за показник 2015 р.

Частка освітньої субвенції теж значна: у 2015 р. – 25,3%, у 2016 р. – 22,8%, а в 2017 р. – 18,9%. Таким чином, із 2015 по 2017 р. спостерігаємо тенденцію до зменшення питомої ваги цього виду надходжень на 6,5%. Питома вага решти міжбюджетних трансфертів, що надійшли з державного бюджету, є незначною (від 1% до 12%).

Існує проблема щодо відсутності єдиного чіткого механізму розподілу додаткової дотації на утримання закладів освіти та охорони здоров'я між усіма рівнями місцевих бюджетів.

Додаткова дотація спрямовується на ті видатки середньої освіти й охорони здоров'я, які не фінансуються за рахунок освітньої та медичної субвенцій, а саме: поточні видатки середньої освіти, включаючи заробітну плату непедагогічного персоналу, та оплата енергоносіїв в охороні здоров'я. Зауважимо, що такі видаткові повноваження, згідно зі статтями Бюджетного кодексу України, покладено на обласні, районні бюджети, бюджети міст обласного значення та об'єднаних територіальних громад. Розподіл додаткової дотації між відповідними місцевими бюджетами в областях має здійснюватися у порядку, визначеному обласними державними адміністраціями, та затверджується рішенням про обласний бюджет [6].

У 2017 р. існував єдиний підхід до розподілу додаткової дотації між усіма місцевими бюджетами, що перейшли на прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом та

мали відповідні видаткові повноваження (крім міст обласного значення). Такий механізм поставив більшість бюджетів у рівні умови та гарантував спрямування міжбюджетного трансферту до органів місцевого самоврядування. Практика розподілу її обласними державними адміністраціями в 2018 р. показала певні ризики та упередженість. Зокрема, протягом січня-березня об'єднані територіальні громади окремих областей для недопущення заборгованості із заробітної плати та енергоносіїв закладів середньої освіти та охорони здоров'я й уникнення соціальної напруги в бюджетній сфері змушені були спрямовувати на ці цілі лише власні ресурси, оскільки їм не була розподілена додаткова дотація. Це зумовило напруженість бюджетів та значно послабило їхню фінансову спроможність. Окрім того, така ситуація зумовлює зростання рівня політичної упередженості. З одного боку, надання права розподілу додаткової дотації на рівні областей має переваги в частині того, що на місцях краще видно окремі «провали» в бюджетах і є можливість вирівняти їх у частині вказаних видатків. Проте це не означає, що вся додаткова дотація має спрямуватися лише в окремі місцеві бюджети, а інші не отримують нічого [9].

Експерти групи фінансового моніторингу пропонують [9] або повернутися до розподілу додаткової дотації всім бюджетам на центральному рівні з урахуванням резерву для обласних бюджетів, або унормувати механізм розподілу обласними державними адміністраціями всім відповідним бюджетам області не менше 85% загального обсягу додаткової дотації, що передбачена на регіон, під час формування обласного бюджету на плановий період.

Моніторинг показав, що існує висока залежність місцевих бюджетів від фінансових ресурсів

Таблиця 2

Структура трансфертів, що передаються з державного бюджету до місцевих бюджетів, за 2015–2017 рр., тис. грн.

Трансферти	Роки						Відхилення структури, %		
	2015 р.		2016 р.		2017 р.		2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2015
	Факт	Питома вага, %	Факт	Питома вага, %	Факт	Питома вага, %			
Базова дотація	5261,9	3,0	4744,2	2,4	5815,4	2,1	-0,6	-0,3	-0,9
Стабілізаційна дотація	2000,0	1,1	2000,0	1,0	1137,8	0,4	-0,1	-0,6	-0,7
Освітня субвенція	44085,3	25,3	44512,5	22,8	51487,6	18,9	-2,6	-3,9	-6,5
Медична субвенція	46177,0	26,5	44433,7	22,7	56220,1	20,6	-3,8	-2,1	-5,9
Субвенція із соціального захисту населення	63282,5	36,4	94151,2	48,2	124678,4	45,7	11,8	-2,4	9,4
Інші	13173,7	7,6	5553,8	2,8	33263,6	12,2	-4,7	9,4	4,6
Всього	173980,4	100,0	195395,4	100,0	272602,9	100,0			

державного бюджету, адже спостерігається суттєвий рівень дотаційності. Трансферти займають важливе місце в міжбюджетних відносинах, оскільки в сучасних умовах вони є основним джерелом фінансування місцевих бюджетів. На законодавчому рівні необхідно [10]: продовжувати процес децентралізації влади; створити стимули для нарощування власної доходної бази місцевих бюджетів; удосконалити систему міжбюджетних взаємовідносин.

Надмірне використання субвенцій може дещо дестимулювати органи місцевого самоврядування у збільшенні обсягу власних надходжень та пошуку альтернативних джерел формування ресурсної бази місцевих бюджетів. Велика частка міжбюджетних трансфертів у структурі доходів місцевих бюджетів України є усталеною практикою сьогодення. З одного боку, держава повинна бути зацікавлена, щоб фінансування заходів соціально-економічного характеру відбувалося у належному обсязі та якості в усіх регіонах, виступаючи своєрідним «контролером» витрачання бюджетних коштів. З іншого боку, значний вплив міжбюджетних трансфертів ставить місцеву владу в пряму залежність від центральних органів державного управління. Ключовим чинником має стати ефективне формування системи місцевих фінансів, здатної перетворити територіальні громади з дотаційних на суб'єкти, які зможуть забезпечити суспільний добробут їх мешканців [5, с. 28].

Процес реформування системи міжбюджетних трансфертів певною мірою подолав суб'єктивний підхід та підвищив рівень прозорості під час визначення їх обсягів. Проте, враховуючи неухильне зростання питомої ваги міжбюджетних трансфертів у доходах місцевих бюджетів, цього недостатньо. Діяльність органів місцевої влади все ще перебуває у значній залежності від рішень вищих органів влади. Нині діюча система міжбюджетних трансфертів має низку переваг. Зокрема, запровадження спеціальних субвенцій сприяє поліпшенню якості надання послуг споживачам та їх належному фінансовому забезпеченню, гнучкості в управлінні бюджетними коштами у межах загального балансу ресурсів [1, с. 754].

Основні проблемні питання функціонування системи міжбюджетних трансфертів: політична та економічна криза, безперервне реформування всіх сфер економіки, корупція, неефективне державне управління, відсутність зацікавленості в органах місцевого самоврядування щодо акумулювання фінансових ресурсів, не закріплені законодавчо бюджетні повноваження між органами влади, відсутність

єдиного чіткого механізму розподілу додаткової дотації на утримання закладів освіти та охорони здоров'я між усіма рівнями місцевих бюджетів тощо.

Трансформації міжбюджетних відносин неможливо розглядати відокремлено від реформування інших сфер державного управління. Для успішного здійснення реформи міжбюджетних відносин у контексті децентралізації, насамперед, потрібно забезпечити внутрішню політичну стабільність, урахувати об'єктивні закони суспільного розвитку та глобальні тенденції у світі. Зазначене свідчить про необхідність наукового обґрунтування ключових засад прийняття управлінських рішень та механізму бюджетного регулювання, який став би основою підвищення ефективності бюджетів усіх рівнів, що сьогодні є актуальним завданням науки державного управління [2, с. 160].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведений аналіз показав високу залежність місцевих бюджетів в Україні від ресурсів державного бюджету. Протягом 2015–2017 рр. спостерігаємо досить високі абсолютні показники та високу питому вагу міжбюджетних трансфертів у загальній структурі доходів місцевих бюджетів в Україні. Темп зростання обсягів трансфертів у 2017 р. є вищим, ніж зростання доходів місцевих бюджетів.

Відзначимо, що проведені реформи ще повністю не забезпечують бюджетну децентралізацію, адже нині місцеві органи влади не володіють достатніми фінансовими ресурсами. Існує висока залежність місцевих бюджетів від фінансових ресурсів державного бюджету, тому на законодавчому рівні необхідно: продовжувати процес децентралізації влади; створити стимули для нарощування власної доходної бази місцевих бюджетів; забезпечити внутрішню політичну стабільність, урахувати об'єктивні закони суспільного розвитку та глобальні тенденції у світі; вдосконалити систему міжбюджетних взаємовідносин; чітко закріпити бюджетні повноваження і відповідальність влади під час формування місцевих бюджетів; підвищити контроль над використанням бюджетних коштів; сформувати на законодавчому рівні єдиний чіткий механізм розподілу додаткової дотації на утримання закладів освіти та охорони здоров'я між усіма рівнями місцевих бюджетів тощо.

Найбільшу актуальність, на нашу думку, становитимуть подальші дослідження, спрямовані на дослідження проблем і напрямів реформування міжбюджетних відносин.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Власюк Н.І. Реформування системи міжбюджетних відносин в Україні: переваги і недоліки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 10. С. 751–754.
2. Криштоф Н. Трансформації міжбюджетних взаємовідносин у контексті децентралізації. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. 2017. Вип. 2. С. 154–160.
3. Проблеми та напрями організації міжбюджетних відносин в контексті підтримки соціально-економічного розвитку регіонів / М.В. Ливдар, О.П. Макар, О.М. Чубка. Молодий вчений. 2017. № 3(43). С. 780–783.
4. Муніципальні фінанси: навч. посіб. / За ред. д. е. н., проф. О.П. Кириленко. Тернопіль: Астон, 2015. 360 с.
5. Письменний В.В. Міжбюджетні трансферти як інструмент фінансового вирівнювання територій. Економіка та держава. 2017. № 6. С. 24–30.
6. Бюджетний кодекс України. URL: <http://zakon1rada.gov.ua/laws/show/2456-18>.
7. Формування місцевих бюджетів на 2018 рік: міжбюджетні трансферти. URL: <http://old.decentralization.gov.ua/news/item/id/6571>.
8. Звітність про виконання бюджетів / Державна казначейська служба України. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477><http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477>.
9. Механізм розподілу додаткової дотації на утримання закладів освіти та охорони здоров'я в областях: погляд експертів. URL: <http://decentralization.gov.ua/news/8790>.
10. Простебі Л.І. Стан доходної частини місцевих бюджетів в контексті трансформаційних процесів у бюджетній сфері. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2016. С. 154–158.

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ

MECHANISM OF PROVIDING EFFICIENCY OF INSURANCE COMPANY MANAGEMENT

Романовська Ю.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Гайдей О.В.

студентка,

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Наведено модель функціонування страхової компанії, що безпосередньо впливає на якість управління у структурі страховика. Досліджено показники ефективності управління страховою компанією (рентабельність власного капіталу, активів, страхової діяльності з урахуванням інвестиційного доходу, тощо), які дають змогу підвищити її конкурентоспроможність та виступають підґрунтям удосконалення системи управління страховиком.

Ключові слова: страхова компанія, ефективність управління, механізми, фінансовий механізм, активи, страхові резерви.

Приведена модель функционирования страховой компании, непосредственно влияющая на качество управления в структуре страховщика. Исследованы показатели эффективности управления страховой компанией (рентабельность собственного капитала, активов, страховой деятельности с учетом инвестиционного дохода и т. д.), которые позволяют повысить ее конкурентоспособность и выступают основой совершенствования системы управления страховщиком.

Ключевые слова: страховая компания, эффективность управления, механизмы, финансовый механизм, активы, страховые резервы.

The model of functioning of the insurance company, which directly influences the quality of management in the structure of the insurer, is presented. The indicators of efficiency of management of the insurance company (return on equity, assets, insurance activity taking into account the investment income, etc.) are investigated, which allow to increase its competitiveness and serve as the basis for improving the insurer's management system.

Key words: insurance company, efficiency of management, mechanisms, financial mechanism, assets, insurance reserves.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток страхування відбувався протягом століть, постійно змінювалися його форми організації та методи компенсації збитків, розширювався асортимент страхових продуктів та послуг для забезпечення безперервності суспільного відтворення через механізм захисту майнових інтересів та компенсації збитків. Досить актуальним у сучасних умовах розвитку економіки є налагодження ефективної системи управління страховими компаніями. Функціонування страхової компанії – це єдиний механізм, у процесі якого відбувається аналіз, прийняття ризиків на страхування, виконання

обов'язків перед страхувальниками та власниками, ефективність досягається за умови ефективного управління усіма процесами страховика. Тому сьогодні досить актуальним є питанням дослідження механізму забезпечення ефективності управління страховою компанією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Окремі теоретико-методологічні засади та практичні аспекти, пов'язані з механізмами забезпечення ефективного управління страховими компаніями, відображено в роботах таких вітчизняних дослідників: Б. Сороки, В. Лук'янова, Л. Горбач, А. Супрун, Ф. Русінова, Н. Супрун, Г. Попова та ін. Але недостатньо уваги

приділено дослідженню показників ефективності в системі управління страховиком, що потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є виділення найбільш вагомих механізмів ефективного управління страховою компанією та обґрунтування їх особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У цілому поняття «механізм» розглядається як процес управління об'єктом за допомогою важелів на основі методів управління. У кожному механізмі страхової компанії можливо виокремити універсальні методи: планування, аналіз, контроль та регулювання. На основі ефективного використання цих методів відбувається управління об'єктом.

Як і будь-яка господарська діяльність, страхування вимагає управління. Відомо, що управління – це процес впливу на систему для введення її в новий стан чи для підтримки її в якомусь установленому режимі. Загальна ефективність управління страховою компанією складається з ефективності управління окремими підсистемами: фінансовими ресурсами, маркетингом, продажами та ін.

Страховий менеджмент можна визначити як цілеспрямований вплив держави, власників компаній, менеджерів, співробітників та посередників страховика на процес досягнення його мети у змінному ринковому середовищі шляхом раціонального формування і використання потенціалу компанії [1, с. 540; 2, с. 8].

Для виконання своїх функцій менеджменту страхової компанії необхідно мати ресурси. До основних ресурсів страховика належать: фінансові ресурси – наявні у компанії грошові фонди цільового призначення, що формуються за рахунок власних, залучених і позикових коштів; кадрові ресурси – наявні у компанії працівники за профілями діяльності; інформаційні ресурси – створені в компанії бази даних і комунікації, які забезпечують її діяльність [3, с. 71].

На основі узагальнення літературних джерел щодо дослідження управління пропонуємо розглянути модель управління страховою діяльністю за функціональним підходом (рис. 1).

Наведена модель є важливим складником дослідження ефективності діяльності страхової компанії, в основі якої лежать показники ефективності управління, а саме: рентабельність власного капіталу, рентабельність активів, рентабельність страхової діяльності з урахуванням інвестиційного доходу, витрати на дохід. Розглянемо показники ефективності управління страховою компанією на прикладі СК «ТАС» протягом 2012–2015 рр. (табл. 1).

Дані табл. 1 свідчать про те, що рентабельність власного капіталу страхової компанії протягом 2012–2015 рр. зростала, тобто дохід, що припадає на власний капітал, збільшувався. Показник рентабельності активів страхової компанії впродовж досліджуваного періоду поступово збільшувався. У 2012 р. він становив 52,3%, а в 2015 р. – 78,2%, це показує ефективність розподілу ресурсів та їх управління. Показник рентабельності активів служить індикатором здатності організації ефективно використовувати активи.

Показник рентабельності страхової діяльності з урахуванням інвестиційного доходу з 2013 по 2015 р. зменшувався, цей процес є негативним явищем для страхової компанії. У 2013 р. він становив 35,4%, а в 2015 р. скоротився до 8,2%. Цей показник відображає ефективність обороту страхової діяльності з урахуванням результату від інвестиційної діяльності компанії, його зменшення означає, що в страховій компанії зменшилися потоки інвестицій. Витрати на дохід із 2012 по 2014 р. зростали, лише в 2015 р. спостерігався від'ємний приріст – -0,07%.

Отже, проаналізувавши показники ефективності управління страховою компанією «ТАС» протягом 2012–2015 рр., можна зробити висновок, що дохід, що припадає на власний капітал, збільшувався, страхова компанія ефективно

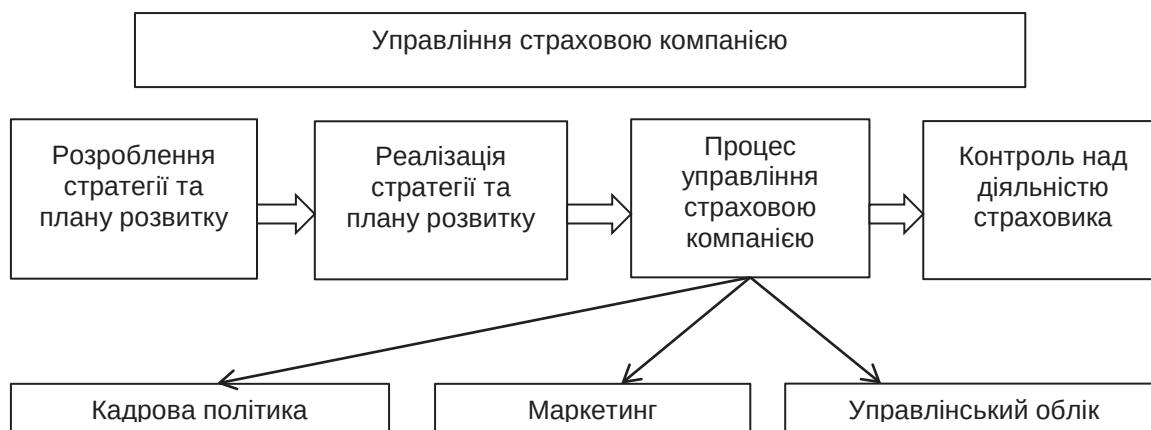


Рис. 1. Модель управління страховою компанією [4, с. 832]

використовує свої активи. Основною проблемою страхової компанії є те, що протягом досліджуваного періоду зменшувалися потоки інвестицій, і це є негативним показником, тому компанії потрібно вести активну інвестиційну політику.

Механізм забезпечення ефективності управління страховою компанією включає у себе низку механізмів, а саме: маркетинговий, технологічний, фінансовий, організаційний, операційний, цілеорієнтаційний, інформаційний [4, с. 831].

Страхова компанія складається з кількох механізмів, які взаємопов'язані між собою, але кожний із них відповідає за певний сегмент діяльності страхової компанії. Маркетинговий механізм включає аналіз ринків та розроблення перспектив розвитку компанії. Технологічний механізм поєднує розроблення технологічних процесів для якісної реалізації послуг та розроблення технологічного забезпечення страхової компанії. Фінансовий механізм покликаний забезпечувати ефективне управління фінансовими ресурсами для збільшення прибутку.

У рамках організаційного механізму визначається структура управління страховою компанією, де виділяють: вертикальну (високу) і горизонтальну (плоску) структури управління.

Вертикальна структура поєднує у собі формування центрів управління по вертикалі, на декількох рівнях. Вищий рівень управління є центральним апаратом управління, до якого можуть належати президент, голова правління або рада правління. Далі йдуть структурні підрозділи з подальшою деталізацією, звуженням кола повноважень і числа підлеглих. На рахунок страхових компаній ця структура є досить складною, вимагає значних часових та трудових ресурсів для прийняття управлінських рішень. Ефективним вважається використання

вертикальної структури управління у страхових компаніях із великим обсягом страхових послуг.

Горизонтальна структура основана на розподілі управління на основні напрями чи функції, що зменшує кількість рівнів управління, усувається подвійне підпорядкування, збільшується швидкість прийняття рішень, формуються міцні зв'язки між підрозділами, що не потребують попереднього проходження кожного рішення по вертикалі. Горизонтальна структура потребує наявності по всіх напрямках фахівців професійної спеціалізації та високої компетенції, які несуть відповідальність за виконання покладених на них завдань та обов'язків. Взаємозв'язки між підрозділами потребують координації та постійного контролю, що доволі складно здійснити одному керівнику. Оскільки ця структура вимагає підвищеної кваліфікації кожного фахівця, врегулювання збитків та розроблення методик за видами страхування, укладення договорів, то поєднання усіх цих функцій в обов'язках одного працівника неприпустимо. З огляду на особливості діяльності страхової компанії, найбільш удаюю є горизонтальна структура [6, с. 315].

Цілеорієнтований механізм діяльності страхової компанії спрямований на визначення цілей та основних завдань. Забезпеченням функціонування страхової компанії займається адміністративний механізм. За допомогою інформаційного механізму обробляються всі дані, отримані з внутрішніх і зовнішніх джерел, та на їх основі складаються прогнози подальшого розвитку та перспективи компанії.

У механізмі забезпечення ефективності управління виділяють функціональні блоки страхової компанії, до яких належать:

1. Front-office – здійснює діяльність із залучення страхувальників, консультування та укладання договорів страхування. Цей блок включає

Таблиця 1

Показники ефективності управління страхової компанії «ТАС» за 2012–2015 рр. [5]

Показник	Формула	Роки				Абсолютне відхилення тис. грн.		
		2012	2013	2014	2015	2013/2012	2014/2013	2015/2014
Рентабельність власного капіталу, %	(Чистий прибуток/ Власний капітал)*100%	83,9	96,5	98,6	133,6	12,6	2,1	35
Рентабельність активів, %	(Чистий прибуток/ Активи)*100%	52,3	57,2	64,8	78,7	4,9	7,6	13,9
Рентабельність страхової діяльності з урахуванням інвестиційного доходу, %	(Рух коштів від інвестиційної діяльності/ Страхова премія за період)*100%	22,9	35,4	14	8,2	12,5	-21,4	-5,8
Витрати на дохід, грн	Витрати/ Чистий прибуток	0,29	0,35	0,48	0,41	0,06	0,13	-0,07

філіальну мережу, організацію прямих продажів, продажу через агентів, брокерів, пролонгацію договорів.

2. Middle-office – технологічне забезпечення для front-office, складається з відділу андеррайтингу, врегулювання збитків, перестраховування та ін. Здійснює розроблення страхових продуктів, андеррайтинг, розроблення методик аналізу та управління ризиком, облік договорів страхування.

3. Back-office – забезпечення функціонування страхової компанії, що включає фінансову службу, бухгалтерію, адміністрацію, ІТ та ін. [1, с. 540].

Для забезпечення ефективності управління страховою компанією необхідно:

- застосовувати систему заохочування працівників;
- визначати критерії відбору кваліфікованих працівників;
- скласти бізнес-план страховика;

- проводити маркетингові дослідження;
- забезпечити організацію ефективної системи продажів страхових послуг;
- розробити ефективну систему контролю;
- забезпечити налагодження зв'язків із діловими партнерами.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, механізм забезпечення ефективності управління страховою компанією є важливим елементом її успішної діяльності. Страхова компанія складається з низки механізмів, які, з одного боку, відокремлені один від одного і виконують окремі функції, а з іншого – вони взаємопов'язані, зміни в одному механізмі призводять до відображення цих перетворень в іншому, оскільки вони є частиною одного цілого. Ефективне управління страховою компанією позначається досягненням соціально-економічних цілей страховика та підвищенням якості його діяльності за найменших витрат.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Роменська А.С. Структура ефективного управління страховою компанією. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2011. Вип. 16. С. 536–542.
2. Страховий менеджмент: навч. посіб. / І.Г. Сокиринська, Т.О. Журавльова, І.Г. Аберніхіна. Дніпропетровськ: Пороги, 2016. 301 с.
3. Братюк В. Сучасні аспекти й завдання страхового менеджменту. Галицький економічний вісник. 2014. № 4. С. 69–76.
4. Романовська Ю.А. Аналіз страхового ринку України. Економіка та суспільство. 2016. № 7. С. 830–837.
5. Страхова група «ТАС». URL: <https://sgtas.com.ua/ua/finance-of-company/finansova-zvitnist>.
6. Демченко О.П., Романовська Ю.А. Фінансові показники як підґрунтя конкурентоспроможності страховика на прикладі СК «Провідна». Економіка та суспільство. 2017. Вип. 12. С. 314–319.

УДК 330.322(477.44)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF VINNYTSIA REGION

Ставська Ю.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму,
Вінницький національний аграрний університет

Бовк В.Ю.

студентка факультету економіки та підприємництва,
Вінницький національний аграрний університет

У статті дано визначення інвестицій, інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості. Визначено основні чинники, які впливають на формування інвестиційної привабливості регіону, та дано оцінку інвестиційної привабливості Вінницької області. Проаналізовано географічну структуру надходжень іноземних інвестицій у даний регіон та основні галузі, в які найбільше інвестують. Досліджено стан та проблеми залучення прямих іноземних інвестицій у Вінницьку область та охарактеризовано шляхи їх вирішення.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційна привабливість, інвестиційний клімат, прямі іноземні інвестиції, іноземні інвестори.

В статье дано определение инвестиций, инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности региона. Определены основные факторы, влияющие на формирование инвестиционной привлекательности региона, и дана оценка инвестиционной привлекательности Винницкой области. Проанализированы географическая структура притока иностранных инвестиций в данный регион и основные отрасли, в которые больше всего инвестируют. Исследованы состояние и проблемы привлечения прямых иностранных инвестиций в Винницкую область и охарактеризованы пути их решения.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, прямые иностранные инвестиции, иностранные инвесторы.

The article defines investment, investment climate and investment attractiveness. The main factors that influence the formation of investment attractiveness of the region are determined and the investment attractiveness of the Vinnytsia region is estimated. The geographical structure of the inflow of foreign investments into the region and the main branches in which the most invested are analyzed. The state and problems of attraction of direct foreign investments in the Vinnytsia region are investigated and the ways of their solution are described.

Key words: investment, investment activity, investment attractiveness, investment climate, foreign direct investment, foreign investors.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах глобалізації світової економіки важливим є вдосконалення процесу залучення інвестицій у господарську діяльність, оскільки це є гарантом стабільного та ефективного розвитку економіки країни. Збільшення інвестиційних ресурсів та ефективне їх використання були й залишаються необхідними передумовами розвитку як держави у цілому, так і окремих регіонів. Важливою передумовою активізації інвестиційної діяльності та надходження інвестицій є оцінка інвестором інвестиційної привабливості держави чи регіону. Вінницька область володіє значним потенціалом, зокрема природними ресур-

сами, трудовими, виробничими і культурними ресурсами, що дає змогу розглядати регіон як об'єкт для залучення як вітчизняних, так і зарубіжних інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблема тика питань щодо поліпшення інвестиційної привабливості Вінницької області постійно знаходиться у центрі уваги науковців. Проблеми інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості регіонів, зокрема й Вінниччини, досліджено у працях таких вітчизняних науковців, як В.М. Бондаренко [1], В.В. Кириченко [5], Н.В. Корж [6], Т.М. Мараховська [8], Н.С. Островська [9], К.В. Петренко [10], Ю.В. Ставська

[12] та ін. Незважаючи на ретельні дослідження багатьох учених, це питання залишається розглянутим недостатньо і потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення інвестиційної привабливості Вінницької області, характеристика переваг та недоліків здійснення інвестиційної діяльності в регіоні та надання рекомендацій щодо поліпшення інвестиційного клімату Вінниччини.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Вінницька область є регіоном, який залучає іноземний капітал, адже володіє низкою факторів, що підтверджують його інвестиційну привабливість, серед яких: вигідне геополітичне розташування, високий рівень природно-ресурсної бази, дешева кваліфікована робоча сила, місткий споживчий ринок.

Від обсягів залучених іноземних інвестицій у регіон залежить насамперед рівень його економічного, соціального, культурного розвитку, тому для збільшення інвестиційних надходжень варто підвищувати інвестиційну привабливість регіону.

Перед тим як вкласти кошти, іноземні інвестори досить ретельно аналізують низку показників, які показують рівень розвитку регіону, його забезпеченість ресурсами та багато іншого. Такими показниками можуть бути: динаміка розвитку економіки та її окремих галузей; перспективи подальшого стабільного розвитку; рівень кваліфікації робочих кадрів, менеджерів, вартість робочої сили; перспективи експансії на інші ринки в майбутньому. Всі вищезгадані показники в комплексі становлять інвестиційний клімат регіону. Якщо вони є розвиненими й удо-

сконаленими, ефективно використовуються, то можна говорити, що існує інвестиційна привабливість регіону.

Під інвестиційним кліматом більшість науковців розуміє сукупність економічних, соціальних, політичних і правових факторів, які визначають стан інвестиційного процесу. Фактори інвестиційного клімату являють собою складну мозаїку. Одні з них негативно, інші позитивно впливають на формування інвестиційного клімату, можуть існувати постійно або тимчасово [7].

За даними Державної служби статистики, прямі іноземні інвестиції надходять у всі регіони України, але їх розподіл є досить нерівномірним. Так, найбільш інвестиційно привабливими областями станом на 01.10.2017 були Львівська, Дніпропетровська, Київська та Одеська області. Вінницька область зайняла 15-ту позицію серед областей (без урахування тимчасово окупованих Донецької та Луганської, а також АР Крим) (рис. 1).

Хоча Вінницька область і займає не перші місця у рейтингу всіх областей, але регіон є інвестиційно привабливим для іноземних інвесторів, оскільки має вигідне географічне становище, велику кількість розвіданих корисних копалин, високий розвиток промислової та аграрної сфер. Світова економічна криза, нестійка політична ситуація (військові дії на сході країни), нестабільність законодавства, погіршення економічної ситуації в країні тощо вплинули не тільки на інвестиційну привабливість країни, а й на обсяги надходжень інвестицій у регіон, що не дає змоги оптимізувати, модернізувати та розширити наявні виробництва Вінниччини, а також займатися подальшим удосконаленням нововведень у виробничі процеси суб'єктів господарської діяльності.

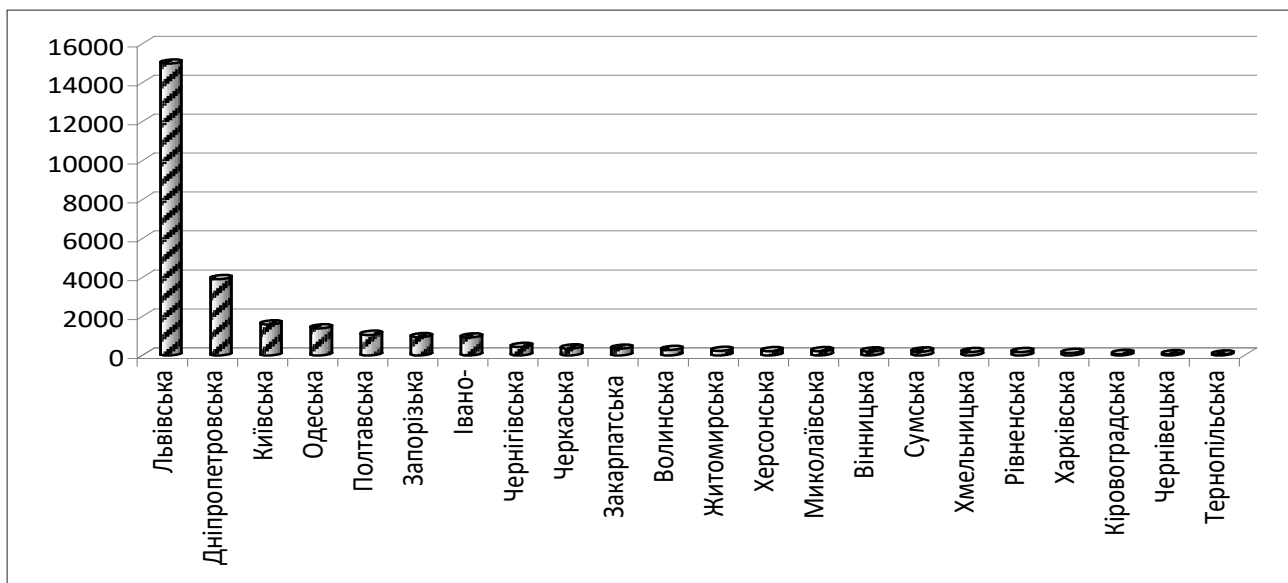


Рис. 1. Обсяги прямих іноземних інвестицій по регіонах України станом на 01.10.2017

Джерело: побудовано авторами за даними обласних управлінь статистики

Незважаючи на перераховані несприятливі фактори, обсяги прямих іноземних інвестицій із кожним роком невпинно зростають. Станом на квітень 2017 р. обсяги інвестованих іноземних коштів в економіку Вінниччини становили 181,2 млн. дол. США. Найбільше надходження інвестицій у Вінницьку область спостерігалось у 2014 р. (309,4 млн. дол. США), у 2015–2016 рр. простежувалося зменшення притоку інвестицій. Проте станом на 01.10.2017 обсяг прямих іноземних інвестицій у Вінницьку область становив 195,7 млн. дол. США, тоді як на 31.12.2016 ця цифра сягала лише 179,8 млн. дол. США, тобто надходження прямих іноземних інвестицій за 10 місяців 2017 р. порівняно з попереднім роком зросли на 15,9 млн. дол. США (табл. 1) [3].

Таким чином, бачимо, що в 2000–2004 рр. відбувалася тенденція до збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій в Україну, разом із тим збільшувалася й частка Вінниччини у загальному обсязі прямих іноземних інвестицій. Починаючи з 2006 р. частка Вінницької області залишається приблизно на одному рівні (0,4–0,5 млн. дол. США). Хоча цей показник на перший погляд є мізерним, проте, беручи до

уваги велику кількість міст та районів в Україні, це досить непогана цифра, яка свідчить про привабливість Вінницького регіону для іноземних інвесторів.

Географічна структура надходження прямих іноземних інвестицій у Вінницьку область є досить розгалуженою, але водночас залишається відносно стабільною протягом тривалого періоду часу. Так, до Вінницької області інвестують більше 50 іноземних країн. Основними країнами – інвесторами капіталу в регіон у 2017 р. були: Кіпр (44,0 млн. дол. США), Австрія (32,9 млн. дол. США), Франція (30,3 млн. дол. США), Німеччина (17,8 млн. дол. США), Польща (13,8 млн. дол. США), Російська Федерація (8,4 млн. дол. США) (рис. 2) [3].

Ліва частина (57,0%) інвестицій зосереджена у місті Вінниці – 115,9 млн. дол. США. Тут створено індустриальний парк «Вінницький кластер холодительного обладнання», ведуться переговори з іноземними компаніями про створення спільних підприємств з іноземними інвестиціями та вкладаються кошти в уже існуючі у Вінниці такі підприємства. У 2017 р. місто отримало сертифікат від IBI-Rating, який підтверджує рейтинг

Таблиця 1

Динаміка обсягу прямих іноземних інвестицій у Вінницьку область у 1995–2017 рр., млн. дол. США

Роки	Обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну, млн. дол. США	Прямі інвестиції в економіці Вінницької області	Частка Вінницької області в загальному обсязі прямих іноземних інвестицій в Україну, %
1995	483,5	0,4	0,08
1996	896,9	5,4	0,61
1997	1438,2	6,6	0,46
1998	2063,6	12,5	0,61
1999	2810,7	12,3	0,44
2000	3281,8	12,9	0,39
2001	3875,0	22,0	0,57
2002	4555,3	27,3	0,61
2003	5471,8	47,8	0,87
2004	6794,4	60,4	0,89
2005	9047,0	65,8	0,73
2006	16890,0	79,1	0,47
2007	21607,3	108,3	0,51
2008	29542,7	152,6	0,52
2009	35616,4	161,3	0,45
2010	39824,5	184,6	0,46
2011	46293,5	205,3	0,44
2012	49494,4	226,4	0,46
2013	51705,3	248,2	0,48
2014	53704,0	309,4	0,58
2015	40725,4	223,0	0,55
2016	36154,5	179,8	0,51
2017	39144,0	195,7	0,51

Джерело: побудовано авторами на основі [3]

його інвестиційної привабливості на рівні invA+ (висока інвестиційна привабливість), який є дійсним до 30.06.2018 [11].

Також значні обсяги іноземних інвестицій зосереджено у Козятинському – 20,1 млн. дол. (9,9%), Барському – 9,5 млн. дол. (4,6%) та Вінницькому – 7,4 млн. дол. (3,6%) районах. Серед інших регіонів області провідні місця за обсягами іноземних інвестицій утримують: м. Ладижин, м. Козятин та Тульчинський, Тиврівський, Липовецький райони [3].

Хоча Вінниччина й спеціалізується здебільшого на сільському господарстві, проте іноземні інвестори надають безперечну перевагу промисловості, на яку припадає 157,7 млн. дол. США (77,5%) прямих іноземних інвестицій Вінницької області, у тому числі на переробну промисловість припадає 142,0 млн. дол. США (69,8%). Якщо проаналізувати цей показник за 2016 р. (131,7 млн. дол. США, або 73,2%), то можна з упевненістю сказати, що обсяги прямих іноземних інвестицій у промисловість Вінницької області зросли на 9,3 млн. дол. США (на 4,3%) [3]. При цьому станом на 31.12.2017 сільське, лісове і рибне господарство Вінниччини отримувє лише 21,1 млн. дол. США (10,3%) іноземних інвестицій; якщо порівнювати з попереднім роком, цей показник становив 24,2 млн. дол. США (13,5%). Тобто в 2017 р. порівняно з 2016 р. обсяги прямих іноземних інвестицій, спрямованих у сільське, лісове та рибне господарство Вінниччини, скоротилися на 3,1 млн. дол. США (на 3,2%) [3].

Незважаючи на сучасні тенденції, пріоритетними галузями для інвестування у Вінницькій області є агропромислове виробництво, харчова промисловість, машинобудування і металообробка (завод «Маяк» – радіатори, «Форт» – зброя, Агрегатний завод – насоси), електроенергетика, хімічна промисловість, ІТ (інформаційно-комунікаційні технології), туризм [2].

Для поліпшення інвестиційної привабливості Вінницької області необхідна ефективна реалізація таких заходів, як:

- створення умов для зростання обсягів іноземних інвестицій;
- створення системи комплексного пошуку потенційних інвесторів виходячи з наявних переваг регіону на основі залучення до пошуків обласної комунальної установи «Вінницька інвестиційно-інноваційна компанія», створення та функціонування «Агенції регіонального розвитку Вінницької області»;
- висвітлення позитивного досвіду інвестиційної діяльності на форумах, семінарах, конференціях, виставках, інвестиційному порталі Вінницької області;
- проведення Road-Show та різних інвестиційних майданчиків із презентацією інвестиційних проектів Вінницької області;
- розроблення та затвердження на регіональному рівні дорожньої карти для інвестора;
- мінімізації рівня адміністративних бар'єрів на шляху входу на товарні та ресурсні ринки нових підприємств;
- координація проектів усіх зацікавлених сторін щодо роботи з потенційними інвесторами для формування партнерських стосунків між органами місцевої влади та міжнародними організаціями [13].

Виконання вищенаведених заходів призведе до поліпшення інвестиційного клімату області, її інвестиційної привабливості, забезпечить збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій та розвитку Вінницького регіону в цілому. За ефективного виконання Стратегії регіонального розвитку Вінницької області до 2020 р. можна досягти значного поліпшення в обсягах надходжень інвестицій від іноземних інвесторів, що призведе, своєю чергою, до розвитку всієї області.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже,

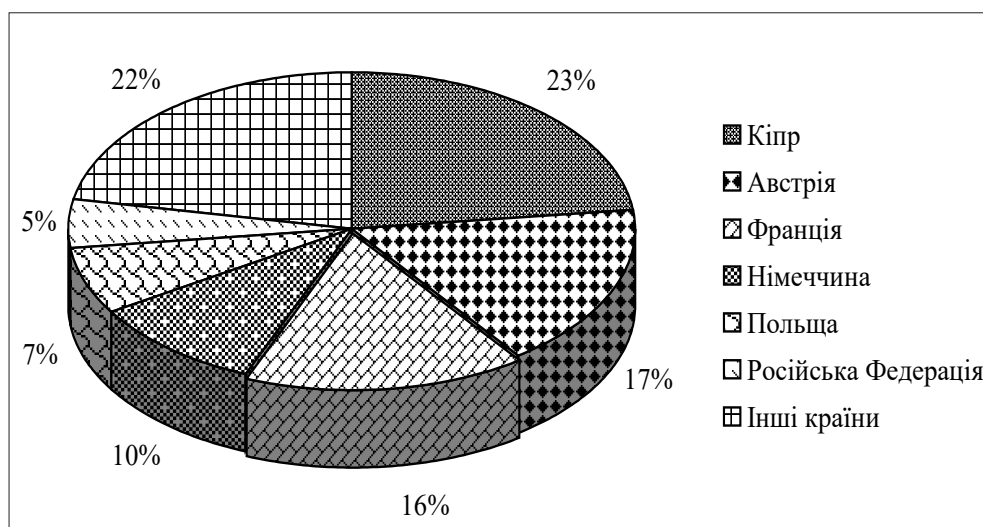


Рис. 2. Основні країни-інвестори у Вінницьку область

Джерело: побудовано авторами на основі [3]

на формування інвестиційної привабливості регіону впливає низка чинників, серед яких є як позитивні (вигідне географічне розташування, наявність природних ресурсів, дешева робоча сила тощо), так і негативні (нестійка політична ситуація, нестабільність законодавства, інфляція, міграція робочої сили тощо) фактори. Вінницька область належить до групи регіонів високого рівня інвестиційної привабливості. Але у Вінницькій області, як і в Україні загалом, умови інвестування останнім часом погіршилися передусім через дію несприятливих фак-

торів загальнонаціонального значення. Для поліпшення інвестиційного клімату в регіоні та активізації інвестиційної діяльності варто звернути увагу на пріоритетні галузі, такі як аграрний сектор, харчова промисловість, туризм та ін.

Таким чином, інвестиційна привабливість регіону відіграє велику роль у системі ефективного функціонування національної економіки й є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності регіону, забезпечення високих і стійких темпів соціально-економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко В.М. Особливості інвестиційної привабливості Вінницької області. Збірник наукових праць ВНАУ. 2013. С. 3–15.
2. Вільчинська О.М., Боднар Ю.І. Кількісна оцінка інвестиційної привабливості регіону (на прикладі Вінницької області). Мукачівський державний університет. 2017. С. 408–414.
3. Головне управління статистики у Вінницькій області. URL: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/>.
4. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Кириченко В.В. Інвестиційний розвиток Вінницької області. Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2015. С. 54–57.
6. Корж Н.В. Залучення інвестицій: політика, проблеми, механізми (на прикладі Вінницького регіону). Економіка і організація управління. 2016. С. 74–83.
7. Крамаренко К.М. Формування інвестиційного клімату України в сучасних умовах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 188–191.
8. Стан інвестиційної діяльності у Вінницькій області / Т.М. Мараховська, Н.В. Трач, О.О. Червоняк. Збірник наукових праць ВНАУ. 2012. С. 73–78.
9. Островська Н.С., Гриник В.Ю. Особливості залучення прямих інвестицій в економіку України. Молодий вчений. 2017. С. 978–981.
10. Петренко К.В. Інвестиційний клімат України в умовах інтеграції: проблеми та напрямки покращення. Бізнес Інформ. 2017. С. 71–75.
11. Рейтинг інвестиційної привабливості Вінницької області у 2017 році. URL: <http://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/EconomicsBusinessAndInvestments/ShowContent.aspx?ID=307>.
12. Ставська Ю.В., Петрук Н.В. Аналіз інвестиційної привабливості аграрних підприємств Вінниччини. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. С. 513–518.
13. Стратегія регіонального розвитку Вінницької області до 2020 р. URL: http://dfr.minregion.gov.ua/foto/projt_reg_info_norm/2016/02/Strategiya-Vinnichchini-2020.pdf.

ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ТА ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

REVENUE FOR ADDED COSTS AND ITS ROLE IN FORMATION OF INCOME OF THE STATE BUDGET OF UKRAINE

Кміть В.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Чорна Я.В.

студентка спеціальності
«Фіскальне адміністрування та митна справа»,
Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті досліджено роль податку на додану вартість у формуванні доходів державного бюджету України. Визначено, що ПДВ є основним бюджетоутворюючим складником державних фінансів. Досліджено динаміку надходжень ПДВ до бюджету країни. Обґрунтовано переваги та недоліки непрямого оподаткування.

Ключові слова: податок на додану вартість, непряме оподаткування, державний бюджет, доходи бюджету, податкові надходження, ставка податку.

В статье исследована роль налога на добавленную стоимость в формировании доходов государственного бюджета Украины. Определено, что НДС является основной бюджетообразующей составляющей государственных финансов. Исследована динамика поступлений НДС в бюджет страны. Обоснованы преимущества и недостатки косвенного налогообложения.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, косвенное налогообложение, государственный бюджет, доходы бюджета, налоговые поступления, ставка налога.

The article analyzes the role of the value added tax in forming the revenues of the State budget of Ukraine. It is determined that VAT is the main budget component of public finances. The dynamics of VAT revenues to the budget of the country is investigated in this article. The advantages and disadvantages of indirect taxation are substantiated.

Key words: value added tax, indirect taxation, State budget, budget revenues, tax revenues, tax rate.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У процесі реформування соціально-економічних відносин в Україні особливо актуальною є проблема своєчасного забезпечення грошовими ресурсами дохідної частини державного бюджету. Вирішення цієї вкрай важливої проблеми значною мірою залежить від ефективності діяльності фіскальної служби, а також розроблення науково обґрунтованої системи оподаткування, яка б відповідала реаліям сьогодення, забезпечувала зростання податкових надходжень до бюджету та підвищувала рівень збору податкових платежів.

Нині податки відіграють важливу роль у формуванні доходів державного бюджету України. Одним з основних бюджетоутворюючих податків є податок на додану вартість.

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

податку на додану вартість у формуванні доходів бюджету країни ставало предметом дослідження багатьох вітчизняних та іноземних науковців, зокрема О. Оксенюка, В. Кальчевського, П. Кулика та ін. Проблемами ефективності ПДВ займалися зарубіжні вчені-економісти, а саме: Є. Аткинсон, Д. Боден, С. Брю, Л. Ебріл, М. Кін, К. Макконнелл, Н. Манків, Р. Харріс та ін.

Однак, незважаючи на численні дослідження різноманітних аспектів функціонування податку на додану вартість, детального дослідження потребує питання впливу такого податку на доходи державного бюджету України та визначення проблемних питань щодо функціонування ПДВ в Україні й напрямів їх вирішення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження сутності поняття «податок на додану вартість», його недоліків та переваг, а також визначення ролі ПДВ у формуванні доходу державного бюджету України та його адміністрування у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Провідне місце як у фінансовій системі країни загалом, так і в системі між державних фінансів належить державному бюджету. Бюджетна система – доволі складний механізм, який відображає специфіку країни, особливості її соціально-економічного розвитку, державного устрою, що сформований на основі сукупності соціально-економічних, правових та інших особливостей певної держави.

Державний бюджет – це централізований фонд грошових ресурсів, що знаходиться у розпорядженні уряду для фінансування державного апарату, збройних сил, виконання соціально-економічних функцій. Бюджет служить також одним із найсуттєвіших важелів державного регулювання національної економіки, впливу на господарську кон'юнктуру, вжиття антикризових заходів.

Бюджет сучасної держави – це складний, багатоплановий документ, який відображає всю різноманітність її (держави) функцій. Це річний план державних видатків і джерел їх фінансового покриття. Проект бюджету щорічно обговорюється і приймається законодавчим органом – Верховною Радою України, радами всіх рівнів (обласні, міські, районні тощо). Після завершення фінансового року вповноважені представники виконавчої влади звітують про свою діяльність щодо мобілізації доходів і здійснених видатків згідно з прийнятим у попередньому році Законі України «Про Державний бюджет».

Державний бюджет – це завжди певний компроміс, який відображає співвідношення сил основних груп – носіїв різних соціально-економічних інтересів у країні. Це компроміс між власниками і працюючими за наймом із питань оподаткування власності, доходів, заробітної плати з приводу напрямів і розмірів бюджетних витрат. Це також і компроміс між інтересами держави у цілому і регіональними, місцевими інтересами в розподілі податків і бюджетних дотацій. Кожен такий компроміс супроводжується лобюванням чиїхось інтересів, гострою політичною боротьбою [2].

Між бюджетом центрального уряду і місцевими бюджетами відносини достатньо складні, що пов'язано з розподілом джерел бюджетних доходів, із фінансуванням місцевих бюджетів центральним урядом шляхом перерозподілу коштів у масштабі країни тощо.

У бюджеті відтворена структура видатків і доходів держави. Видатки показують напрями й цілі бюджетних асигнувань і визначаються характером досить різних функцій держави, які зазвичай об'єднуються у три великі групи: політичні, економічні, соціальні. Державні доходи становлять фінансову та базу її функціонування.

Державний бюджет – це баланс доходів і видатків держави, який ухвалюється на фінансовий рік. Уряд мобілізує грошові кошти насамперед через податки для фінансування загальнодержавних видатків.

Особливістю непрямого оподаткування є те, що його безпосередньо використовують для наповнення бюджету країни, оскільки непрямі податки включаються у ціну у вигляді надбавки, яку сплачує кінцевий споживач.

Уведення того чи іншого податку спрямоване на реалізацію стратегії податкової системи та визначення ролі цього податку в її реалізації. Це передбачає, що податкова система як складова частина фіскальної системи повинна бути цілісною підсистемою у реалізації не тільки стратегії, а й тактичних кроків через її організацію. Як визначає низка вчених, у тому числі Г. Минцберг, «стратегія і тактика передбачають наявність інструментів, за допомогою яких будуть реалізуватися стратегія і тактика» [3].

Через упровадження непрямих податків держава має можливість впливати на купівельну спроможність споживачів тих або інших товарів, тим самим впливаючи на платоспроможний попит як невід'ємний складник ринкової рівноваги. Оскільки ПДВ має різні податкові ставки, важливо визначити, наскільки це ефективно, особливо запровадження пільгового оподаткування, нулеві ставки експортних операцій, тому що значні фіктивні операції через корупційні схеми дають змогу отримати бюджетні відшкодування. Так, в іноземній економічній літературі вказується, що ці питання спочатку обговорюються у рамках дискусії, як це вплине на кінцеві податкові витрати, які замінюють бюджетні витрати [4].

Виходячи з функцій податків (економічної нейтральності, організаційної простоти, гнучкості податків, прозорості обліку й адміністрування), можна розглянути недоліки та переваги в системі оподаткування. До переваг можемо віднести, те що ПДВ [5]:

- виступає чинником, що регулює розмір ціни;
- є постійним та стабільним доходом держави;
- відрізняється простотою стягування;
- має механізм взаємної перевірки платниками податкових зобов'язань.
- Ключовими недоліками ПДВ є те, що цей податок:
 - є чинником, що стримує розвиток виробництва;
 - стимулює інфляцію;
 - соціально несправедливий податок, оскільки він не залежить від платоспроможності платника;
 - є найпоширенішим способом шахрайства, що пов'язане з тіньовою економікою та корупційними схемами під час отримання відшкодування з бюджету.

У праці «Економікс» К. Макконнелл та С. Брю визначили, що «додана вартість – це вартість проданого фірмою продукту мінус вартість сировини та матеріалів, придбаних і використаних фірмою для його виробництва, а також дорівнює виручці, що включає у себе еквівалент заробітної плати, орендної плати, процента та прибутку». Таким

чином, можна стверджувати, що додана вартість створюється на всіх стадіях виробництва і реалізації товарів і оплачується кінцевим споживачем [6].

Основна специфіка непрямих податків полягає у тому, що в реальних умовах їх платять не той, хто фігурує в юридичних актах держави. Визначені платники здебільшого лише передають державі кошти, отримані від споживачів товарів (робіт, послуг), що стає можливим завдяки механізму справляння непрямих податків, яким передбачається включення їх у вигляді надбавки до ціни. Тому такий вид податків може використовуватися як регулятор цін. Через рівень цін держава здійснює вплив на реальні доходи споживачів. При цьому непрямі податки дають змогу регулювати платоспроможний попит як невід'ємний складник ринкової рівноваги.

ПДВ – це непрямий податок, який включається у ціну товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але його облік та пере-

рахування до державного бюджету здійснює продавець (податковий агент). Частка ПДВ у загальній структурі податкових надходжень до державного бюджету України з кожним роком збільшується. У січні-вересні 2017 р. надійшло 223,9 млрд грн цього податку, що на 59,5 млрд грн, або більш ніж на третину, перевищує відповідний показник попереднього року. Збільшення відбулося за всіма складниками податку:

- з вироблених в Україні товарів – на 31,6 млрд грн, або на 31,7%;
- із увезених на територію України товарів – на 48,5 млрд грн, або на 37,8%.

Нині ПДВ застосовується у багатьох країнах світу, оскільки наявність зазначеного податку є однією з обов'язкових умов вступу країн до Європейського Союзу. Станом на 1 січня 2017 р. у країнах ЄС діють такі ставки податку на додану вартість (рис. 1).

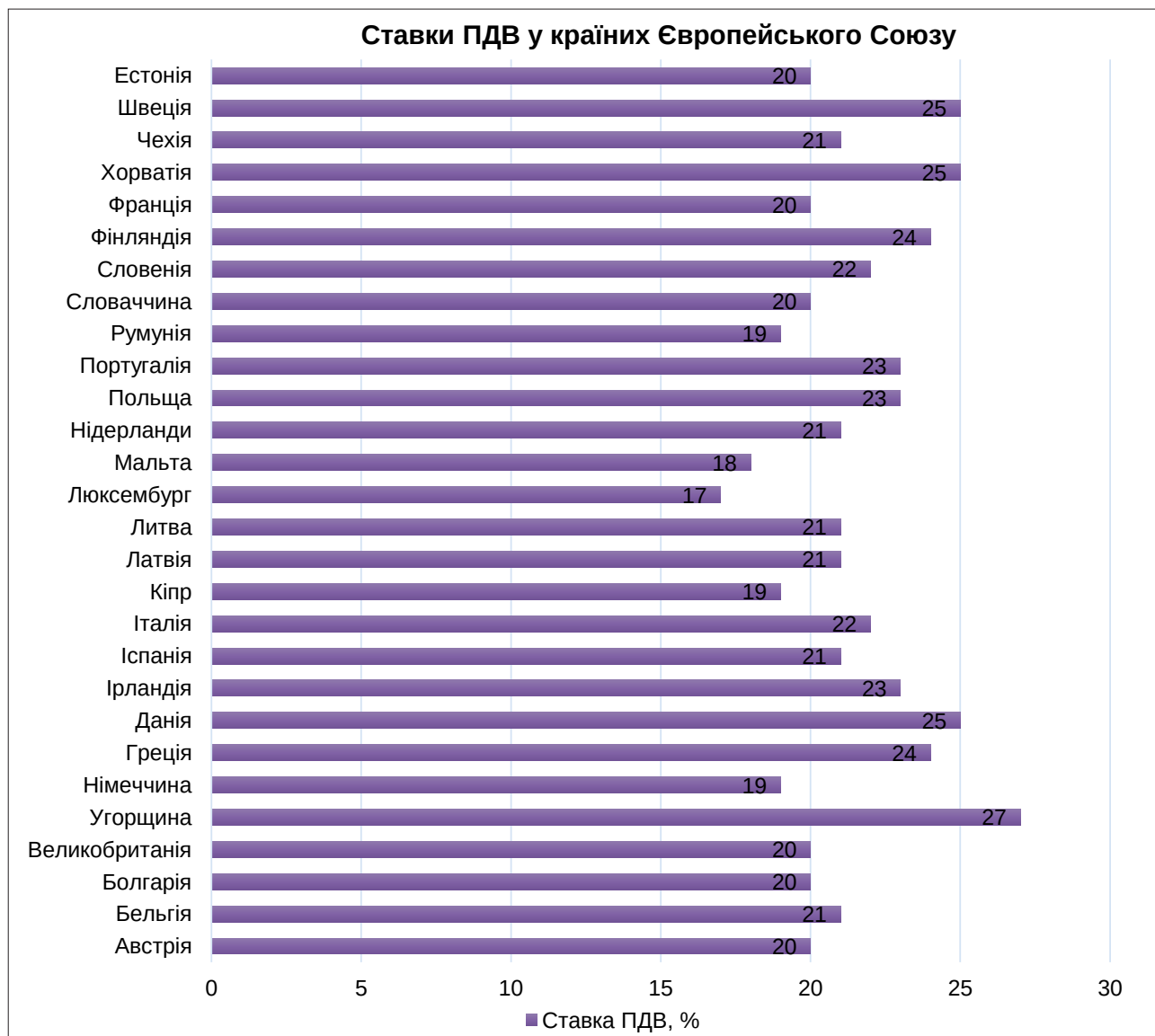


Рис. 1. Ставки ПДВ у країнах Європейського Союзу [7]

Для поповнення державного бюджету ПДВ було введено і в Україні. На початку 90-х років його ставка становила 28%, але нині її зменшено до 20%.

У 2016 р. доходи від ПДВ до державного бюджету України становили 226,5 млрд грн, що на 48,1 млрд грн, або на 26,9%, більше відповідного показника попереднього року. Динаміку надходжень ПДВ протягом 2013–2016 рр. відобразимо на рис. 2.

На наведеному рис. 2 бачимо, що надходження до державного бюджету з податку на додану вартість щороку збільшуються. У 2014 р. до державного бюджету надійшло 139,0 млрд грн податку на додану вартість, що на 10,8 млрд грн, або на 8,4%, перевищує відповідний показник попереднього року. Збільшення надходжень податку в поточному році було забезпечено зростанням на 10,7 млрд грн, або на 11,1%, надходжень податку на додану вартість з увезених в Україну товарів. Таке збільшення сталося внаслідок підвищення офіційного обмінного курсу гривні до іноземних валют, що призвело до відповідного збільшення бази оподаткування. При цьому обсяг імпорту зменшився у 2014 р. на 28,3%. З іншого боку, надходження ПДВ із вироблених в Україні товарів скоротилися на 3,3 млрд грн, або на 3,9%, що відображає скорочення споживання. Так, у 2015 р. до державного бюджету надійшло 178,5 млрд грн податку на додану вартість, що на 39,4 млрд грн, або на 28,4%, більше відповідного показника попереднього року. Збільшення відбулося за всіма складниками податку: з вироблених в Україні товарів – на 26,9 млрд грн, або на 33,1%, із увезених на територію України товарів – на 31,5 млрд грн, або на 29,3%. Збільшився проти попереднього року також обсяг відшкодованого податку з бюджету – на 18,2 млрд грн, або на 36,2%. Таке ж збільшення було й у 2016 р. До державного бюджету за цей рік надійшло 226,5 млрд грн податку на додану вартість, що на 48,1 млрд грн, або на 26,9%, більше відповідного показника попереднього

року. Збільшення відбулося за всіма складниками податку: з вироблених в Україні товарів – на 31,4 млрд грн, або на 29,1%, із увезених на територію України товарів – на 42,7 млрд грн, або на 30,8%. Збільшився обсяг відшкодованого податку з бюджету порівняно з попереднім роком – на 26,0 млрд грн, або на 38,0%.

Таким чином, важливість цього податку в наповненні бюджету зростає. Також важливо підкреслити, більшу частину цього податку отримано від імпорту. Це негативний показник, який характеризує низький рівень розвитку вітчизняного виробництва. Враховуючі суми відшкодування ПДВ, можна стверджувати, що імпорт значно перевищує експорт, що порушує валютний баланс держави.

Важливе місце на макро- та мікрорівні має відшкодування ПДВ із державного бюджету.

Відповідно до Податкового кодексу, бюджетне відшкодування – це відшкодування від'ємного значення податку на додану вартість на підставі підтвердження правомірності сум бюджетного відшкодування податку на додану вартість за результатами перевірки платника, у тому числі автоматичне бюджетне відшкодування [1].

Платник ПДВ, який має право на отримання бюджетного відшкодування, відображає суму бюджетного відшкодування у податковій декларації по ПДВ, додає розрахунок суми бюджетного відшкодування та подає заяву про повернення йому такої суми до територіального органу Міністерства доходів та зборів України.

Протягом 30 календарних днів контролюючий орган проводить перевірку заявлених у декларації даних. Якщо сума бюджетного відшкодування підтверджується, у п'ятиденний строк після закінчення перевірки надається висновок до органу Державного казначейства.

У платників ПДВ, які мають право на повернення сум ПДВ в автоматичному режимі, камеральна перевірка триває не більше двадцяти календарних днів. Висновок щодо таких платників контролюючий орган передає до органу Дер-



Рис. 2. Динаміка надходжень ПДВ до державного бюджету України [8–12]

жавного казначейства протягом трьох робочих днів після закінчення перевірки.

Податковим кодексом України визначено, що право на отримання автоматичного бюджетного відшкодування ПДВ мають платники податку, які відповідають одночасно таким критеріям:

– не перебувають у судових процедурах банкрутства відповідно до Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом»;

– юридичні особи та фізичні особи – підприємці, включені до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців, і до цього реєстру стосовно них не внесено записів про:

а) відсутність підтвердження відомостей;

б) відсутність за місцезнаходженням (місцем проживання);

в) прийняття рішень про виділ, припинення юридичної особи, підприємницької діяльності фізичної особи – підприємця;

г) визнання повністю або частково недійсними установчих документів чи змін до установчих документів юридичної особи;

г) припинення державної реєстрації юридичної особи чи підприємницької діяльності фізичної особи – підприємця та стосовно таких осіб відсутні рішення або відомості, на підставі яких проводиться державна реєстрація припинення юридичної особи чи підприємницької діяльності фізичної особи – підприємця;

– здійснюють операції, до яких застосовується нульова ставка (питома вага яких протягом попередніх дванадцяти послідовних звітних податкових періодів (місяців) сукупно становить не менше 40% загального обсягу поставок (для платників податку з квартальним звітним періодом – протягом попередніх чотирьох послідовних звітних періодів));

– загальна сума розбіжностей між податковим кредитом, сформованим платником податку за придбаними товарами/послугами та податковими зобов'язаннями його контрагентів,

у частині постачання таких товарів/послуг, що виникла протягом попередніх трьох послідовних календарних місяців, не перевищує 10% заявленої платником податків суми бюджетного відшкодування;

– у яких середня заробітна плата не менше ніж у два з половиною рази перевищує мінімальний установлений законодавством рівень у кожному з останніх чотирьох звітних податкових періодів (кварталів), установлених розділом IV Податкового кодексу;

– мають один із таких критеріїв:

а) або чисельність працівників, які перебувають у трудових відносинах із такими платниками податку, перевищує 20 осіб у кожному з останніх чотирьох звітних податкових періодів (кварталів), встановлених розділом IV цього Кодексу;

б) або має основні фонди для ведення декларованої діяльності, залишкова балансова вартість яких на звітну дату за даними податкового обліку перевищує суму податку, заявлену до відшкодування за попередні 12 календарних місяців;

в) або рівень визначення податкового зобов'язання з податку на прибуток до сплати до бюджету (відношення сплаченого податку до обсягів отриманих доходів) є вищим від середнього по галузі за підсумками останнього звітнього (податкового) року;

– не мають податкового боргу;

– великий платник податків не декларував від'ємне значення об'єкта оподаткування податком на прибуток за підсумками останнього звітнього (податкового) року.

Критерії оцінки платника, відповідність яким надає такому платнику податку право на отримання автоматичного бюджетного відшкодування сум ПДВ, побудовані на аналізі даних його звітних показників та наявної податкової інформації.

Для проведення аналізу складемо динаміку відшкодування ПДВ із державного бюджету України за 2013–2016 рр.

У 2013 р. фактично було відшкодовано на 6,1 млрд грн, або на 10,2%, менше від запланованого.

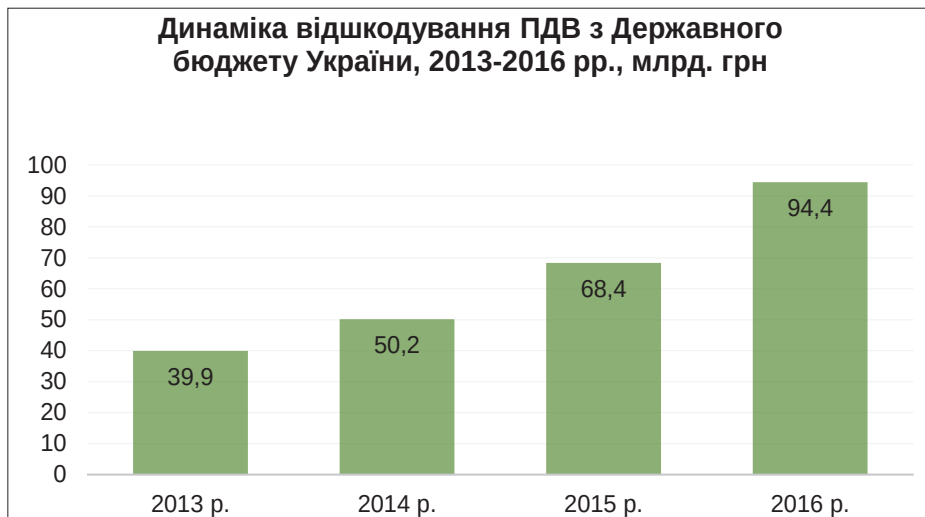


Рис. 3. Динаміка відшкодування ПДВ із державного бюджету України [8–12]

ваної суми відшкодування. У 2014 р. також фактично було відшкодовано менше, ніж було заплачено, а саме на 6,1 млрд грн, або на 10,2%. У наступному році збільшився обсяг відшкодованого податку з бюджету на 18,2 млрд грн, або на 36,2%, ніж у попередньому році. Збільшився обсяг і в 2015 р. порівняно з попереднім роком – на 26,0 млрд грн, або на 38,0%.

Як бачимо з кожним роком обсяг відшкодування ПДВ збільшується. Але така система адміністрування ПДВ є трудомісткою та досить незручною як для платника податку, так і для виконавчих органів, що здійснюють його відшкодування.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. ПДВ є основним бюджетоутворюючим податком. Проте він не приносить такого ж ефективного результату платникам податку, як державі. Виступаючи податком на кінцеве споживання, він за доволі високої ставки і стрімкої інфляції стає одним із факторів, що стримують розвиток виробництва тощо. Було встановлено,

що непряме оподаткування в Україні потребує використання заходів, що сприятимуть поступовому наближенню податкового законодавства України до законодавства ЄС.

Для того щоб удосконалити механізм використання ПДВ, пропонується вирішення низки таких питань:

- оптимізувати рівні ставок ПДВ з урахуванням пільг;
- удосконалити механізм адміністрування ПДВ із питань можливого блокування податкових накладних і механізм їх розблокування, максимально виключити можливість суб'єктивного впливу на даний процес;
- удосконалити критерії оцінки ступеня ризику;
- підвищити відповідальність як платників податку, так і персоналу фіскальної служби за своєчасність і достовірність реєстрації податкових накладних, об'єктивної оцінки ступеню ризику за заблокування податкових накладних, а також однозначного підходу до впровадження штрафних санкцій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Комарницький І.Ф. Економічна теорія: курс лекцій. Чернівці: Рута, 2006. 334 с.
3. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куинн, С. Гошал; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
4. Wildasin D.E. Tax Expenditure The Personal Standart. In «Tax Expenditure and Government Policy» (Ed. Bruce N.) .Kingston, 1988. P. 137.
5. Щербина Ю.О., Рябенко Г.М. Переваги і недоліки податку на додану вартість. Студентський науковий вісник. 2015. № 1(8). С. 79–84.
6. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Аналітична економія. Принципи, проблеми і політика; пер.з англ. Л.: Просвіта, 1997. Ч. 1. 672 с.
7. Що таке ПДВ і його ставки в європейських країнах VI. URL: <https://fbs-tax.com/uk/mediacenter/blog-uk/what-is-vat-and-its-rates-in-european-countries/>.
8. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2013 рік. URL: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv_iv_2013_monitoring_ukr.pdf.
9. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2014 рік. URL: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv_iv_2014_monitoring_ukr.pdf.
10. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2015 рік. URL: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv_iv_2015_monitoring_ukr.pdf.
11. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2016 рік. URL: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv_iv_2016_monitoring_ukr_0.pdf.
12. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за січень-вересень 2017 року. URL: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv_iii_2017_monitoring_ukr.pdf.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 334.716:005.334.4](100:477)

ОЦІНКА ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ЗАРУБІЖНИМИ ТА ВІТЧИЗНЯНИМИ МОДЕЛЯМИ

THE EVALUATION OF THE POTENTIAL BANKRUPTCY OF MANUFACTURING COMPANIES BY FOREIGN AND DOMESTIC MODELS

Маркус О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Груй В.О.

студент факультету економіки та управління,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті розглянуто сутність банкрутства виробничих підприємств, описано окремі підходи до прогнозування ймовірності цього процесу. Досліджено зарубіжні та вітчизняні методи аналізу ймовірності настання банкрутства неплатоспроможного підприємства. Визначено переваги та недоліки оцінювання цієї категорії ринкової економіки на основі моделей Е. Альтмана, Р. Ліса, О. Терещенка, А. Матвійчука. Розрахунки проведено з використанням статистичних даних ПрАТ «Західна Промислова Група». Надано рекомендації щодо запобігання банкрутства на виробничих підприємствах.

Ключові слова: аналіз, банкрутство, методи оцінки, модель, прогнозування, підприємство.

В статье рассмотрена сущность банкротства производственных предприятий, описаны отдельные подходы к прогнозированию вероятности этого процесса. Исследованы зарубежные и отечественные методы анализа вероятности наступления банкротства неплатежеспособного предприятия. Определены преимущества и недостатки оценивания этой категории рыночной экономики на основе моделей Э. Альтмана, Р. Лиса, О. Терещенко, А. Матвийчука. Расчеты проведены с использованием статистических данных ОАО «Западная Промышленная Группа». Даны рекомендации по предотвращению банкротства на производственных предприятиях.

Ключевые слова: анализ, банкротство, методы оценки, модель, прогнозирование, предприятие.

In the article the term "bankruptcy" of manufacturing companies is considered, some approaches to forecasting the probability of this process are described. The foreign and domestic methods of analysis of the potential bankruptcy of the insolvent enterprise are investigated. The advantages and disadvantages of the evaluation of this market economy category on the basis of the models of E. Altman, R. Lis, O. Tereshchenko, A. Matvyichuk are determined. The calculations are carried out using statistical data of PrAT "Zakhidna Promyslova Grupa" ("Western Industrial Group"). The recommendations on preventing bankruptcy of the manufacturing enterprises are offered.

Key words: analysis, bankruptcy, evaluation methods, model, forecasting, enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкової економіки актуальним є питання розробки системи оцінювання фінансового стану підприємств як самостійних господарюючих суб'єктів. Важливим напрямом аналізу фінансового стану кожного підприємства є оцінка його схильності до банкрутства, що зумовлене наявністю проблеми неплатоспроможності в

умовах кризової економіки. Банкрутство окремого суб'єкта господарювання має негативні наслідки, оскільки значно гальмує розвиток національної економіки. Запобігти цьому процесу можна за умови комплексного оцінювання його загрози з використанням відповідних моделей. Це дасть змогу підприємствам своєчасно розробляти антикризові заходи та вживати їх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема оцінювання вірогідності банкрутства підприємства є об'єктом досліджень багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких слід назвати таких, як І. Бланк, І. Балабанов, Л. Бернстайл, Л. Гапенські, Р. Холт, А. Чупіс, О. Волкова, В. Савчук, Г. Савицька. Сьогодні надзвичайно важливо застосовувати науково обґрунтовані моделі оцінювання ймовірності банкрутства. Це дає можливість сформулювати стійку фінансову політику підприємства та окреслити перелік заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання його фінансових ресурсів, а також покращити платоспроможність, як наслідок, попередити банкрутство.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Кожен метод має свої переваги та недоліки, тому під час здійснення аналізу виникає необхідність вибору такого підходу, який дасть змогу з мінімальними затратами ресурсів отримати найбільш однозначну та точну оцінку економічного стану. Під час вибору методу оцінки необхідно ретельно аналізувати доцільність застосування комплексу аналітичних процедур [1]. Тому виникає об'єктивна необхідність дослідження кількох методик оцінювання ймовірності банкрутства виробничих підприємств, що запропоновані зарубіжними та вітчизняними науковцями.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є розкриття методів оцінювання ймовірності банкрутства виробничих підприємств, зокрема ПрАТ «Західна Промислова Група», за моделями Е. Альтмана, Р. Ліса, О. Терещенка, А. Матвійчука, виявлення їх основних переваг і недоліків. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання: дослідити вищеназвані моделі банкрутства, запропоновані зарубіжними й вітчизняними науковцями; оцінити перспективи їх застосування у вітчизняній практиці; окреслити основні аспекти щодо використання переваг та мінімізації недоліків у практиці українських підприємств; визначити напрями перспектив використання зарубіжних моделей в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній науці є значні напрацювання щодо аналізування та прогнозування діяльності підприємств. Найбільш наочний індикатор, який характеризує його фінансовий стан, – це діагностика ймовірності банкрутства, що передбачає своєчасне виявлення збитковості виробництва, фінансової залежності та низької ділової активності. Саме для запобігання кризового стану необхідно сформулювати чітку систему попередження, прогнозування та подолання банкрутства підприємства, яка породжує здатність промислового виробництва функціонувати в умовах підвищеного ризику та загрози.

В рамках дослідження розглянемо зарубіжні моделі оцінки ймовірності банкрутства

Е. Альтмана та Р. Ліса, а також вітчизняні моделі О. Терещенка та А. Матвійчука. Інформаційною базою вибрано підприємство ПрАТ «Західна Промислова Група», яке займається виробництвом та реалізацією товарів для дитячої творчості, дитячих навчальних ігор, товарів для художніх робіт та живопису.

Досить відомою та широко використовуюваною у світі та Україні є діагностика банкрутства підприємства за п'ятифакторною моделлю Альтмана, що вимірює ступінь ризику банкрутства кожної окремої компанії [4]. Вона застосовується для підприємств, чії акції не котируються на ринку. Модифікований варіант моделі Альтмана має такий вигляд [3]:

$$Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,42X_4 + 0,995X_5, \quad (1)$$

де X_1 – відношення оборотного капіталу до активів;

X_2 – відношення нерозподіленого прибутку до активів;

X_3 – відношення операційного прибутку до активів;

X_4 – відношення балансової вартості власного капіталу до позикового капіталу;

X_5 – відношення виручки до активів.

Перевагами цієї моделі є простота розрахунку та наявність послідовності дослідження. Проте, незважаючи на значну поширеність моделі Альтмана, науковці виділяють її недоліки. Зокрема, О. Барановська вважає, що необхідно акцентувати увагу на тому, що, незважаючи на відносну простоту моделі Альтмана для оцінювання кризового стану підприємства, використання її в наявному вигляді не дає змогу одержати об'єктивний результат у сучасних умовах України [2]. Основним недоліком моделі Альтмана є те, що вона не бере до уваги індивідуальності компанії, а отже, не може бути стовідсотковою точністю прогнозу. Відомі випадки, коли підприємство, що за всіма прогнозами далеке від банкрутства, з тих чи інших причин втрачало свої позиції, і навпаки, коли виживали ті, хто мав найменше шансів.

Через галузеві особливості, відмінності економік різних країн модель Альтмана слід використовувати обережно, не покладаючи на неї великі сподівання. Необхідно зазначити, що модель взагалі не враховує критерії платоспроможності та ліквідності, що також негативно впливає на результати аналізу.

Наступною моделлю оцінювання ймовірності банкрутства є модель Ліса. Формула розрахунку цієї моделі має такий вигляд:

$$Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4, \quad (2)$$

де X_1 – оборотний капітал/сума активів;

X_2 – операційний прибуток/сума активів;

X_3 – нерозподілений прибуток/сума активів;

X_4 – власний капітал/позиковий капітал.

Граничне значення для цієї моделі дорівнює 0,037.

Ця модель є більш збалансованою, акцентує увагу на рівні прибутковості діяльності та рентабельності активів підприємства, а також на структурі активів та джерел їх фінансування. Під час застосування цього підходу доцільно врахувати той факт, що модель надає дещо завищену оцінку, оскільки значний вплив на кінцевий результат відіграє прибуток від реалізації без урахування фінансової діяльності та податкового режиму. Модель Ліса не може бути широко застосована у вітчизняній практиці. Якщо в основу моделі Альтмана закладена ринкова вартість акцій для погашення заборгованості, то основою моделі Ліса є визначення ефективності використання активів підприємства, що створює умови для погашення заборгованості.

Оскільки під час розрахунку коефіцієнта використовують загальну суму активів, що не відображає структурування їх за ступенем ліквідності, то ця модель не дає змогу реально відобразити рівень загрози неплатоспроможності підприємств, а тільки відображає рівень загрози його автономності.

Ця модель найбільше підходить для підприємств Великобританії, точність розрахунків складає 90%. Модель Ліса також не враховує галузеву приналежність підприємств, оскільки розроблялась переважно для підприємств постіндустріального простору з розвинутою економікою. Тому її застосування українськими виробничими підприємствами не може дати стовідсотковий результат.

Проблему неможливості використання зарубіжних методик у практиці оцінювання фінансового стану українських підприємств спробував вирішити вітчизняний економіст О. Терещенко. За цією методологією розроблено модель інтегрального оцінювання фінансового стану підприємства на основі даних українських суб'єктів господарювання. Особливістю методики Терещенка є те, що вона має дещо зміщені оцінки. У ній зроблено акцент на зменшенні помилкового віднесення фінансово неспроможних підприємств до групи стійких. Така асиметричність має на меті убезпечити інвестора від ризикового вкладання коштів, але знижує точність прогнозу загалом. О. Терещенко розробив дискримінантну функцію з 6 змінними:

$$Z = 1,5A + 0,08B + 10C + 5D + 0,3E + 0,1F, \quad (3)$$

де А – cash-flow/поточні зобов'язання;

В – валюта балансу/поточні зобов'язання;

С – чистий прибуток/валюта балансу;

Д – чистий прибуток/виручка від реалізації;

Е – виробничі запаси/виручка від реалізації;

Ф – виручка від реалізації продукції, товарів, послуг/валюта балансу.

Вірогідність банкрутства підприємства моделі оцінюється такими значеннями ZТу:

– менше 0 – напівбанкрут;

– від 0 до 1 – загрожує банкрутство, якщо не здійснити санацію;

– від 1 до 2 – фінансова стійкість порушилась, але за умови переходу на антикризове управління банкрутство не загрожує;

– більше 2 – вважається фінансово стійким, банкрутство не загрожує [5].

Ця модель є більш актуальною та оптимальною для виробничих підприємств, адже вона створена на базі фінансової звітності України, враховує структуру та галузеву приналежність підприємств. Завдяки галузевій прив'язці коефіцієнтів моделі є змога ідентифікувати кризу на українських підприємствах у різних сферах національної економіки. Однак модель відображає наявний кризовий стан підприємства чи фінансову стабільність, тобто немає можливості здійснити аналіз передкризових явищ на підприємстві.

Сьогодні найоптимальнішою для українських підприємств вважається модель Матвійчука. Методика розрахунку цієї моделі подана у формулі:

$$Z = 0,33X + 0,268X_2 + 0,045X_3 -$$

$$-0,018X_4 - 0,004X_5 - 0,015X_6 + 0,702X_7, \quad (4)$$

де X1 – коефіцієнт мобільності активів;

X2 – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості;

X3 – коефіцієнт оборотності власного капіталу;

X4 – коефіцієнт окупності активів;

X5 – коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами;

X6 – коефіцієнт концентрації залученого капіталу;

X7 – коефіцієнт покриття боргів власним капіталом.

Якщо під час оцінювання фінансового стану підприємства із застосуванням моделі (4) отримуємо значення Z більше за 1,104, то це свідчить про задовільний фінансовий стан та, відповідно, низьку ймовірність банкрутства. І чим вище значення Z, тим стійкіше становище компанії. Якщо значення Z для підприємства виявиться меншим за 1,104, то виникає загроза фінансової кризи. Зі зменшенням показника Z збільшується можливість банкрутства аналізованого підприємства.

Результати оцінювання ймовірності банкрутства ПрАТ «Західна Промислова Група» з використанням зарубіжних та вітчизняних моделей діагностики загрози банкрутства цього підприємства за статистичними даними наведено в табл. 1.

Порівнюючи отримані результати, наведені у табл. 1, між собою, констатуємо, що модель, розроблена А. Матвійчуком, найбільш точно діагностує банкрутство підприємства порівняно з іншими моделями. Звичайно, недоліком є те, що виділяється лише два класи стану підприємства, а за побудови дискримінантної моделі цього недостатньо для оцінювання реального фінансового стану підприємства.

Загалом отримані результати ймовірності банкрутства ПрАТ «Західна Промислова Група»,

Таблиця 1

Результати розрахунків ймовірності банкрутства на ПрАТ «Західна Промислова Група» за 2015–2017 роки

Показник	Нормативне значення	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Ймовірність банкрутства
Модель Альтмана	Якщо $ZA > 1,23$, то ризик банкрутства мінімальний, інакше підприємству з великою ймовірністю загрожує банкрутство.	4,14	4,12	3,44	Мінімальна
Модель Ліса	Граничне значення $Z < 0,0037$.	0,11	0,09	0,1	Мінімальна
Універсальна дискримінантна модель Терещенка	$Z > 2$ – підприємство вважається фінансово стійким, йому не загрожує банкрутство; $1 < Z < 2$ – фінансова рівновага порушена, але за умови переходу підприємства на антикризове управління банкрутство йому не загрожує; $0 < Z < 1$ – підприємству загрожує банкрутство, якщо воно не здійснить вжиття санаційних заходів; $Z < 0$ – підприємство є напівбанкрутом.	3,44	2,11	2,55	Мінімальна
Модель Матвійчука	Якщо значення $Z > 1,104$, це свідчить про задовільний фінансовий стан, відповідно, низьку ймовірність банкрутства. Якщо значення $Z < 1,104$, виникає загроза фінансової кризи.	2,98	2,17	2,85	Мінімальна

розраховані на основі вітчизняних та західних моделей, свідчать про низький ризик цієї загрози. Позитивна динаміка результативних показників у 2015–2017 роках вказує на стійкий фінансовий стан цього підприємства.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження, зауважимо, що серед зарубіжних та вітчизняних методик оцінювання ймовірності банкрутства зі своїми перевагами та недоліками у практичному застосуванні неможливо виділити єдиного правильного підходу до прогнозування банкрутства. Використання описаних у статті моделей на сучасних підприємствах не завжди є виправданим, адже вони дають достовірні результати лише за тих умов, для яких створені.

Сучасний стан економіки потребує створення загального алгоритму прогнозування банкрутства підприємства з урахуванням як вітчизняного, так і закордонного досвіду. Тому сьогодні залишається відкритим питання універсальної моделі прогнозування банкрутства для україн-

ських підприємств. Також потребують врахування світового досвіду розробка моделей банкрутства, визначення як кількісних, так і якісних показників, а також індикаторів банкрутства підприємства, врахування галузевих особливостей підприємств та особливостей циклічного розвитку економічних процесів у країні.

Таким чином, за відсутності єдиного підходу до діагностики ймовірності банкрутства промислових підприємств необхідно використовувати різноманітний інструментарій. Основними напрямками, на які варто звернути увагу для ефективної діяльності підприємства, є раціональне використання ресурсів; конкурентоспроможність продукції; технологічні нововведення. Важливо також здійснювати комплексний аналіз виробничо-фінансового розвитку підприємства. Це дасть можливість відстежувати слабкі сторони нестійкого стану та вжити комплекс заходів, спрямованих на найбільш ефективне використання економічного потенціалу підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Авдющенко А. Обґрунтування можливості використання агрегованого показника для оцінки економічного стану підприємства. Науковий вісник НГУ. 2010. № 5. С. 141–147. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
2. Барановська О. Аналіз фінансового стану як інструмент запобігання кризі та виведення підприємства з неї. Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. 2008. № 12. С. 36–40. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vpabia/2008_12/stat/UDK%20334.htm.pdf.
3. Даниленко В. Застосування моделей діагностики банкрутства для оцінки фінансової стійкості промислових підприємств України. Науковий вісник Академії муніципального управління, серія «Економіка». 2009. Вип. 7.
4. Лепейко Т., Доценко П. Аналіз сучасних методик прогнозування ймовірності банкрутства підприємств. URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2012/iem/subbryslibrary/bancrutcy.pdf>.
5. Терещенко О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2009. 412 с.

ВІДОБРАЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО, УПРАВЛІНСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ

THE REPRESENTATION OF EXPENSES OF THE ENTERPRISE IN THE SYSTEM OF FINANCIAL, MANAGEMENT AND TAX ACCOUNTING

Домбровська Н.Р.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного економічного університету

У статті досліджено місце витрат у системі бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік розглянуто як сукупність підсистем, які виконують різну роль в інформаційній системі та забезпечують різні цілі. Приділено увагу групуванню інформаційного масиву даних про витрати для потреб облікової системи. Виділено, описано питання необхідності ведення окремого податкового обліку та можливості визнання його як складової бухгалтерського обліку. Проведено зіставлення управлінського та податкового обліку витрат за критеріями визначення, моменту визначення, умов визначення, класифікації.

Ключові слова: облік, система обліку, витрати, управлінський облік витрат, податковий облік витрат.

В статье исследовано место расходов в системе бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет рассмотрен как совокупность подсистем, выполняющих различную роль в информационной системе и обеспечивающих различные цели. Уделено внимание группировке информационного массива данных о расходах для нужд учетной системы. Выделен, описан вопрос необходимости ведения отдельного налогового учета и возможности признания его составляющей бухгалтерского учета. Проведено сопоставление управленческого и налогового учета затрат по критериям определения, момента определения, условий определения, классификации.

Ключевые слова: учет, система учета, расходы, управленческий учет расходов, налоговый учет расходов.

The article investigates the place of expenses in the accounting system. Accounting is considered as a set of subsystems that play a different role in the information system and provide different goals. Attention is drawn to the grouping of the information data file of expenses for the needs of the accounting system. The question of the necessity for the maintenance of a separate tax accounting and the possibility of recognizing it as a component of accounting are distinguished and described. The comparison of management and tax accounting of expenses is carried out according to the criteria of determination, the moment and terms of determination, and classification.

Key words: accounting, accounting system, expenses, management accounting of expenses, tax accounting of expenses.

Постановка проблеми. Рівень витрат безпосередньо впливає на ефективність функціонування підприємства та його конкурентоспроможність, тому визначення витрат та їх облік складають одну з найважливіших ланок бухгалтерського обліку. Управління витратами в умовах ринкових перетворень – це процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцями та носіями, а також постійного контролю рівня витрачання ресурсів та стимулювання економії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми сутності та відображення в системі бухгалтерського обліку витрат досліджували у своїх працях такі вчені, як, зокрема, Б. Валуєв,

О. Бородкін, С. Голов, В. Лебедев, Л. Нападовська, П. Марич. Однак зміни в сучасній системі обліку та потребах ефективного управління витратами потребують додаткових ґрунтовних досліджень цього питання.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Розвиток вітчизняної системи бухгалтерського обліку щодо витрат відбувається в напрямі гармонізації з міжнародними стандартами фінансової звітності та зближення бухгалтерського та податкового обліку на національному рівні. Одночасний розвиток системи обліку у цих двох напрямках обов'язково приводить до виникнення низки дискусійних питань, котрі вимагають подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження витрат в підсистемах бухгалтерського обліку з метою ефективного управління ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бухгалтерський облік необхідно розглядати як цілісну та взаємопов'язану систему стану та руху ресурсів підприємства, характеру та результатів господарської діяльності, що віддзеркалює та представляє господарські операції в єдиному грошовому вимірнику.

Облік можна окреслити як систему, тому що, по-перше, у нього такі ж самі ознаки, як і у системі, тобто існування певних зв'язків (зокрема, зворотних), виокремлення на компоненти, наявність структури (упорядкованих компонентів), підпорядкованість визначеній меті, збереження певної стійкості в заданих межах під впливом зовнішніх факторів та багатоаспектність. Система бухгалтерського обліку складається зі структурних компонентів, а саме елементів методу обліку, зв'язків та певних дій. Окрім цього, у форматі системи бухгалтерському обліку властива нерозривна єдність із середовищем, у взаємозв'язку з яким вона виявляє свою цілісність. Бухгалтерський обліковий процес може розцінюватись як компонент системи вищого порядку, а саме господарської інформаційної системи, яка акумулює весь масив інформаційних даних, що надходять з різних систем, для продуктивного управління (акумулює первинні відомості, зафіксовані в документах, на готовий продукт, а саме оброблену інформацію для управління). Водночас систему обліку можна розглядати як автономну, а її компоненти можуть виступати системами нижчого порядку.

З точки зору системи механізму управління облік можна представити у форматі основної складової інформаційної системи зворотного зв'язку. Пояснюється це тим, що облік має надавати інформаційні відомості про об'єкт господарювання на усіх рівнях управління ним. Чинні принципи та правила організації облікового процесу змінюються разом з потребами суб'єктів господарювання, тобто перебувають у динаміці.

Зворотній зв'язок зводиться до того, що бухгалтерський облік формує та трансформує інформаційні відомості про фактичні параметри розвитку об'єкта управління. Ключовим компонентом інформаційної системи зворотного зв'язку в бухгалтерському обліковому процесі як входу є неупорядковані дані, процесу – обробка інформаційних даних, виходу – впорядкований на замовлення користувачів інформаційний масив [1, с. 69].

Як система облік характеризується вхідним та вихідним потоками. Вхідний потік – це факти господарського життя, які відбиваються в первинних носіях інформації, а саме документах, а ті використовуються для моніторингу економічних та юридичних наслідків діяльності підприємства шляхом групування господарських

операцій на рахунках бухгалтерського обліку. У форматі системи облік забезпечує інформаційним масивом через подвійний запис фактів господарського життя на рахунках, а подвійний запис разом з іншими елементами методу обліку доповнює межі інформаційних зв'язків у системі рахунків обліку. Виходом із системи є корисні інформаційні відомості для осіб, які ухвалюють рішення.

Система бухгалтерського обліку належить, по-перше, до динамічних систем (має багато різних показників, які її представляють); по-друге, до статичних систем (система на такому відрізку часу, що характеризує стан складових та зв'язки між ними на певну дату, коли останні зміни вважаються несуттєвими).

Загалом бухгалтерський облік є цілісною значною системою, яка позиціонується вивченням фактів у часі та просторі. Крім того, вона здатна вирішити завдання багатоцільового спрямування. До того ж механізм системи бухгалтерського облікового процесу є компонентом механізму системи управління. Далі відзначимо формат документації, оскільки ведення обліку підтверджується документами. Нарешті, облікову систему потрібно розглядати в площині інформаційної системи, оскільки бухгалтерський облік переробляє та акумулює величезні масиви інформації.

Як зазначалося, система управління є провідною, а механізм системи обліку – забезпечуючою ланкою, з огляду на що ключовим завданням бухгалтерського обліку є упорядкування вхідного та вихідного масиву інформації відповідно до потреб управління. При цьому внутрішня архітектура системи бухгалтерського обліку змінюється щодо своєчасного забезпечення та отримання в повному обсязі вихідного масиву інформації для управління. Чим різноманітніше така інформація, тим більше рівнів управління вона забезпечує, тим складніше внутрішня архітектура системи обліку.

Приблизно до XIV століття облік не розділявся на окремі види та не мав науково обґрунтованих специфічних методів. Бухгалтерський облік як спостереження, вимірювання та реєстрація фактів, явищ та процесів господарської діяльності здійснювався шляхом простих підрахунків та нескладних групувань явищ, що обліковувалися. Проте вже у 1906 році російський прибічник математичних методів в бухгалтерії М. Попов визнав існування декількох «розділів рахівництва», один з яких призначався для записів стану, збільшення та зменшення очікуваного капіталу протягом звітного періоду, а другий – для обліку стану та руху дійсного капіталу. З останнього виділялися розділи рахівництва, зокрема статистичний, економічний, операційний. Перший розділ М. Попов називав наглядним і надавав йому самостійні функції [2, с. 35]. Це свідчить про те, що вже на початку XX століття вчені усвідомлювали необхідність

позиціонування в загальній системі рахівництва декількох підсистем, що виконують різні функції.

Останнім часом у спеціальній літературі розгорнулася гостра дискусія щодо проблеми цілісності бухгалтерського обліку та правомірності його розділу на підсистеми, зокрема фінансовий, управлінський та податковий облік.

Не погоджуються з поділом обліку на фінансовий та управлінський О. Бородкін [3], Б. Валуєв [4] та інші науковці. Основні їх аргументи такі:

- з огляду на назви (фінансовий та управлінський облік) таке виокремлення є неточним, адже фінансовий облік не виконує функцію управління фінансами;

- до кінця XIX століття на практиці існував тільки управлінський облік, іншого не було; коли ж податкові органи, акціонери, кредитори, профспілки стали вимагати від власників надання масиву інформації, а власники вимушені були відступити, виникло це виокремлення; господарські процеси будь-якого підприємства мають цілісний характер, тому рахівництво, яке їх відзеркалює, може бути тільки єдиним;

- одна система обліку може забезпечити необхідними інформаційними відомостями як внутрішню, так і зовнішню звітність;

- не всі складові бухгалтерського обліку регламентуються законодавством, адже нормативні акти накладають обмеження тільки на документування, план рахунків, обсяг та зміст звітності, а вибір форм обліку та систем аналітичних рахунків не є обмеженим [4, с. 9].

На нашу думку, бухгалтерський облік повинен розділятися на підсистеми, які виконуватимуть різну роль в інформаційній системі та забезпечуватимуть різні цілі підприємства не за формальною ознакою, а за своєю сутністю. З урахуванням квінтесенції інформаційних даних, що є початковим вихідним продуктом обліку, у внутрішній архітектоніці системи обліку традиційно виокремлюють фінансовий та управлінський облік, які розцінюються як підсистеми загального механізму системи обліку.

Розподіл обліку на зазначені вище підсистеми має умовний характер. Пояснюється це тим, що вони отримують кожен свою інформаційну базу даних одних і тих же первинних носіїв інформації, тобто документів. Також як фінансовий, так і управлінський облік використовують однакові елементи методу, фактично відокремлюються на рівні бухгалтерської служби суб'єкта господарювання, що має вдовольняти потреби різних груп користувачів, зокрема керівників, податкової служби, інвесторів. Сформований на виході із системи інформаційний масив фільтрується. Діапазон інформаційних відомостей, який отримує певне коло користувачів, має свої межі, які визначає керівник як очільник, що має пряму зацікавленість в ефективності діяльності господарюючого суб'єкта. Отже, виникає інформація, яка може бути відкрита та доступна для одних та конфіденційною для інших.

На нашу думку, фінансовий облік – це процес підготовки та оприлюднення акумульованої облікової інформації про діяльність господарюючого суб'єкта для потреб широкого кола зовнішніх та внутрішніх користувачів згідно з вимогами законодавчих актів, тобто положень (стандартів) бухгалтерського обліку. Звичайно, у фінансовому обліку витратам як об'єкту обліку приділяється значна увага. Водночас вони розглядаються в загальній сумі, як правило, за елементами.

Під управлінським обліком будемо розуміти підсистему бухгалтерського обліку, яка в рамках одного підприємства постачає його управлінському апарату інформаційні відомості, які потрібні для планування та контролю роботи підприємства, а також керування нею. Такий алгоритм включає виявлення, вимір, збір, моніторинг, підготовку, інтерпретацію, передачу та приймання інформаційних відомостей, потрібних управлінському апарату для виконання його функцій. Виокремимо завдання підсистеми управлінського обліку:

- облік витрат виробництва (з урахуванням визначень фактичної собівартості продукції (робіт, послуг) та відхилень від встановлених норм, кошторисів тощо), калькулювання собівартості продукції;

- забезпечення необхідними інформаційними відомостями адміністрації для управління виробництвом та ухвалення рішень на перспективу;

- складання внутрішньої звітності про витрати, обсяги виробництва та реалізацію продукції, використаних ресурсів та ефективність роботи структурних підрозділів підприємства;

- оцінка співвідношення між витратами, обсягами продажів та прибутком;

- планування, облік та моніторинг доходів та результатів діяльності за керунками, підрозділами, сегментами, центрами відповідальності, новими технологічними рішеннями, а за необхідності за реалізованими виробами або їх групами тощо [5, с. 70].

Залишаючись компонентами єдиного механізму облікової системи, ведення як фінансового, так і управлінського обліку скероване на обрахування результатів діяльності підприємства та пов'язане з витратами. Зазначені підсистеми використовують одну й ту ж первинну документацію, а також оперативну інформаційну базу. Однак, є певні відмінності.

Управлінський облік, на відміну від фінансового, відстежує поведінку витрат (зміну витрат залежно від обсягів діяльності) та тенденції змін витрат залежно від рішень, які приймаються, здійснює контроль рівня витрат тощо. Деталізація даних в аналітичному управлінському обліку будується на іншому методичному підході, ніж в аналітичному фінансовому обліку. Вона не зводиться до випробуваних методів виробничого обліку витрат та калькулювання собівартості продукції, робіт, послуг.

Аналітична частина управлінського обліку виконується індивідуально для кожного рівня управління, при цьому адміністрація сама вирішує, в яких розрізах класифікувати витрати. Інформацію про витрати, що використовується для потреб обліку, можна класифікувати за ознаками, які проілюстровані на рис. 1.

Останнім часом у спеціальній літературі та на практиці розглядається питання виокремлення в підсистему податкового обліку. При цьому всі згадки про податковий облік перебувають виключно в площині його практичного застосування, а до теорії обліку не відносяться.

Виокремлення податкового обліку як окремої підсистеми вітчизняного бухгалтерського обліку є дискусійним питанням. Так, С. Голов розуміє податковий облік як такий, що призначений для визначення сум податків та контролю за їх сплатою [6]. Проте він не наполягає на виділенні його з цілісної системи бухгалтерського обліку. П. Марич, навпаки, вказує на необхідність створення податкового обліку поряд з бухгалтерським з метою накопичення відповідних даних про валові витрати та валові доходи для складання податкової декларації [7]. О. Малишкін визначає податковий облік як облік податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість [8].

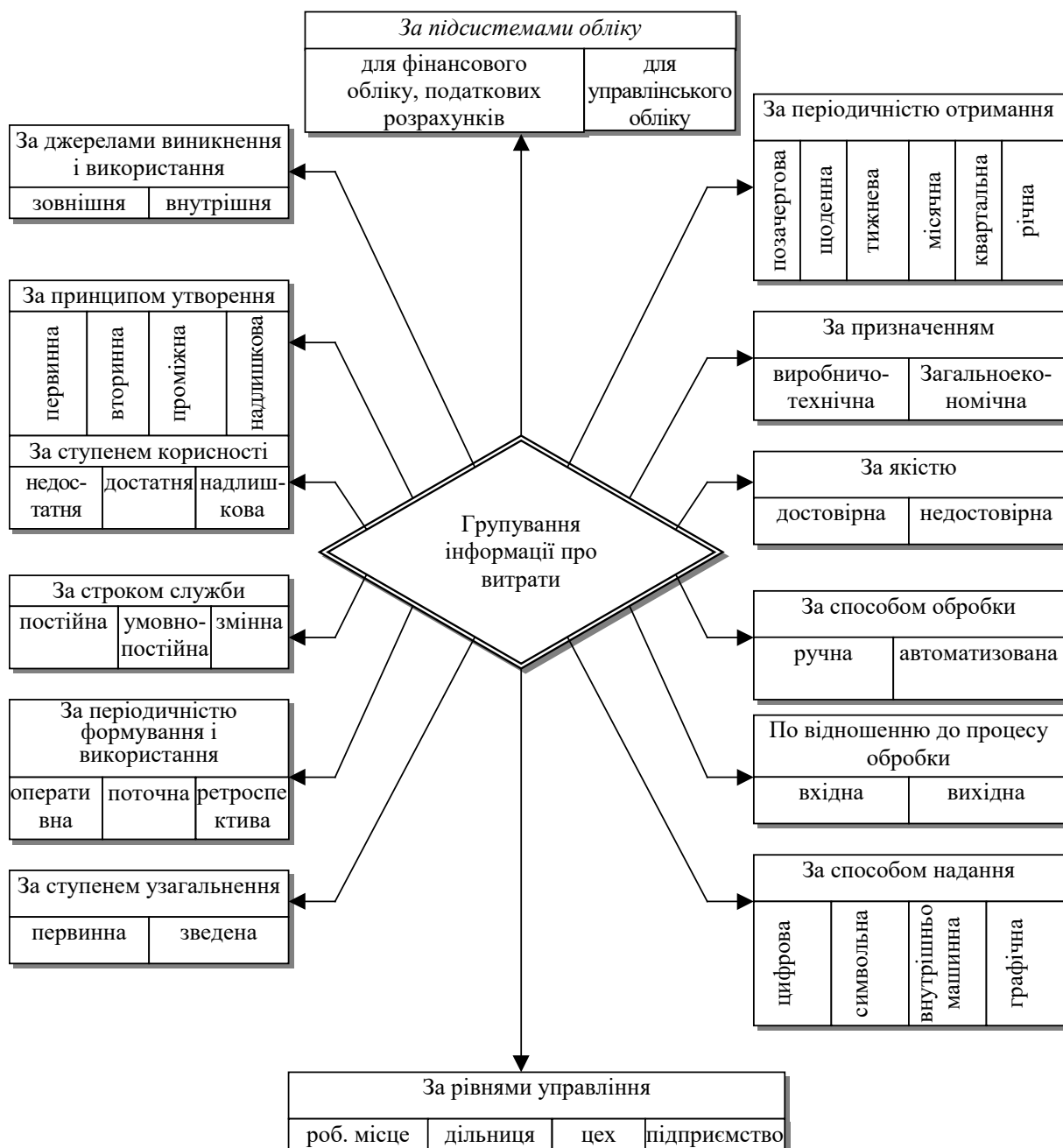


Рис. 1. Групування інформаційного масиву даних про витрати для потреб облікової системи

Проте він не говорить про різницю між обліком розрахунків з бюджетом по податках і зборах як складової частини бухгалтерського обліку та своїм визначенням податкового обліку. Ю. Литвин пише, що «під податковим обліком слід розуміти облік, який забезпечує виконання органами державної податкової адміністрації своїх основних функцій щодо наповнення дохідної частини бюджету держави податками» [9]. Він вважає, що податковий облік повинен покладатися більшою мірою на плечі відповідних податкових органів. Ф. Бутинець розглядає податковий облік як окрему інформаційну систему. Система податкового обліку – це інформаційна система, яка надає інформацію державним податковим органам та керівництву підприємства про порядок нарахування та сплати податків [10].

Саме на це мав на увазі В. Швець, подаючи визначення податкового обліку, яке, на нашу думку, є найбільш вдалим: «податковий облік – окремих функціональний облік з метою посилення контролю аналітичної функції обліку правильності нарахувань та сплати податків» [11, с. 16].

Податковий кодекс України розглядає податковий облік як систему обов'язкових форм та

методів відображення платниками податків результатів господарської діяльності або інших об'єктів, які пов'язані з визначенням податкових зобов'язань з відповідних податків та зборів (обов'язкових платежів) [12].

Отже, аналіз наукової літератури показав такі основні позиції трактування податкового обліку:

1) податковий облік – це підсистема бухгалтерського обліку, яка, згідно зі встановленими державою правилами, формує інформацію про нарахування та сплату податків і зборів відповідним державним органам, основним завданням якого є контроль за правильністю, своєчасністю та повнотою нарахування і сплати податків та зборів (обов'язкових платежів);

2) податковий облік – це система збору, реєстрації, узагальнення, зберігання та передачі інформації для визначення податкової бази з податків на основі даних первинних документів, згрупованих відповідно до порядку, передбаченого чинним податковим законодавством.

Тривалий час системи бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні були відірвані одна від одної, бухгалтерський облік не міг бути інформаційною базою для оподаткування.

Таблиця 1

Зіставлення управлінського та податкового обліку щодо витрат

Критерій	Управлінський облік	Податковий облік
Визначення	Зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які приводять до зменшення власного капіталу за звітний період (П(С)БО 3, п. 4).	Сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формі, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку, в результаті яких відбувається зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником) (п. 14.1.27).
Момент визнання	Витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що приводить до зменшення власного капіталу підприємства, якщо ці витрати можуть бути достовірно оцінені (П(С)БО 16 «Витрати», п. 7).	Витрати, що формують собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг, визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації таких товарів/робіт/послуг. Інші витрати визнаються витратами того звітного періоду, в якому вони були здійснені згідно з правилами ведення бухгалтерського обліку (п. п. 138.4, 138.5).
Умови визнання	Витрати є витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені. Витрати, які не можна прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені (П(С)БО 16, п. 5).	Витрати, що формують собівартість реалізованих товарів/робіт/послуг, визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації таких товарів/робіт/послуг (п. 138.4).
Класифікація	1) Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг); 2) витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг), а саме адміністративні, на збут, інші операційні, фінансові; інші від звичайної діяльності; 3) фінансові витрати (П(С)БО 16 «Витрати», п. п. 10–31).	Витрати від операційної діяльності; інші витрати, а саме загальнопромислові, адміністративні, на збут, інші операційні, фінансові; інші від звичайної діяльності; подвійного призначення; пов'язані з нарахуванням процентів за борговими зобов'язаннями.

Нині з прийняттям Податкового кодексу України, а саме з 2011 року, система оподаткування наблизилась до бухгалтерської, зокрема у сфері регламентації порядку формування собівартості, фінансових результатів, розроблення інструкцій, рекомендацій. Це дає більше можливостей для використання інформації бухгалтерського обліку для цілей оподаткування, але все одно існує чимало проблемних питань.

Деталізація на прикладі формування собівартості продукції демонструє, що загалом складові бухгалтерської/управлінської та податкової собівартості збігаються. Так, згідно з нормами п. 138 ПКУ, до складу податкової собівартості виготовлених та реалізованих товарів/робіт/послуг включаються ті ж витрати, що відносяться до витрат згідно з П(С)БО 16. Крім того, за аналогією з бухгалтерськими правилами (п. 7 П(С)БО 16) витрати, що формують собівартість товарів/робіт/послуг, визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнані доходи від реалізації (п. 138.4 ст. 138 ПКУ)[12]. Зіставлення управлін-

ського та податкового обліку щодо витрат представлено в табл. 1.

Висновки. Підсумовуючи розгляд питань, пов'язаних з відображенням витрат в підсистемах бухгалтерського обліку, зауважимо, що перелік витрат, які включаються до собівартості у фінансовому, а тим більше в управлінському обліку, має встановлювати саме підприємство. В системі оподаткування є сенс говорити про витрати, що зменшують доходи. При цьому зникає необхідність регулювання собівартості для досягнення цілей оподаткування. Розглянуте обґрунтування місця витрат у системі бухгалтерського обліку дає змогу здійснювати своєчасний та якісний аналіз витрат, гнучко регулювати виробничий процес, зрештою, отримати високий економічний результат діяльності підприємства.

Перспективними напрямками подальших наукових розробок є гармонізація складових системи бухгалтерського обліку з метою отримання достовірної інформації про витрати для формування фінансової звітності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лебедев В., Дроздова Т., Кустарев В. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / под ред. Г. Краюхина. 3-е изд., перераб. и доп. Санкт-Петербург: Бизнес-Пресса, 2006. 340 с.
2. Попов А. Счетоводство как метод исследования хозяйственной деятельности. Санкт-Петербург, 1879. 524 с.
3. Бородкін О. До питання створення національної системи обліку. Світ бухгалтерського обліку. 2000. № 1. С. 2–10.
4. Валуєв Б. Про багатоцільовий бухгалтерський облік: деякі необґрунтовані уявлення. Бухгалтерський облік і аудит. 2012. № 5. С. 3–9.
5. Нападівська Л. Управлінський облік: моногр. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. 450 с.
6. Голов С. Бухгалтерський облік в Україні: проблеми та рішення. Бухгалтерський облік і аудит. 1997. № 10. С. 12–23.
7. Марич П. Деякі питання організації податкового обліку. Бухгалтерський облік і аудит. 1997. № 10. С. 57–59.
8. Малышкин А. Налоговый учет: ситуации и решения: пособие. Киев: Либра, 1999. 224 с.
9. Литвин Ю. Податковий облік: хто його повинен вести або як допомогти бухгалтеру у його відносинах з ДПА? Світ бухгалтерського обліку. 1997. № 6. С. 3–13.
10. Організація бухгалтерського обліку: підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / за ред. Ф. Бутинця. 3-тє вид., доп. і перероб. Житомир: ПП «Рута», 2002. 592 с.
11. Швець В. Теорія бухгалтерського обліку: навч. посіб. Київ: Знання-Прес, 2003. 444 с.
12. Податковий кодекс України від 6 жовтня 2016 року № 1667-VIII зі змінами та доповненнями / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

ОЦІНКА АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ У ВНУТРІШНЬОМУ АУДИТІ

ASSESSMENT OF THE AUDIT RISK IN INTERNAL AUDIT

Копотієнко Т.Ю.

кандидат економічних наук, ст. викладач кафедри
фінансового аналізу та аудиту,
Київський національний торговельно-економічний університет

У статті висвітлено результати дослідження теоретико-методичних аспектів аудиторського ризику під час планування та проведення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання. Досліджено змістову характеристику аудиторського ризику. Представлено систематизацію факторів впливу на елементи аудиторського ризику під час здійснення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання, що сприятиме раціональному плануванню обсягу та складу аудиторських процедур.

Ключові слова: аудиторський ризик, внутрішній аудит витрат, суб'єкт господарювання.

В статье отражены результаты исследования теоретико-методических аспектов аудиторского риска при планировании и проведении внутреннего аудита расходов субъектов хозяйствования. Исследована содержательная характеристика аудиторского риска. Представлена систематизация факторов влияния на элементы аудиторского риска при осуществлении внутреннего аудита расходов субъектов хозяйствования, что будет способствовать рациональному планированию объема и состава аудиторских процедур.

Ключевые слова: аудиторский риск, внутренний аудит расходов, субъект хозяйствования.

The article presents the results of the study of theoretical and methodical aspects of audit risk in planning and performing an internal audit of the expenses of business entities. The content characteristics of audit risk are investigated. The systematization of factors of influence on elements of the audit risk in the performing the internal audit of expenses, which will facilitate to the rational planning of the volume and composition of audit procedures.

Key words: auditor's risk, internal cost audit, business entity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Оцінювання аудиторського ризику під час планування та проведення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання є важливим та обов'язковим складником контрольного процесу. Розрахунок аудиторського ризику в межах здійснення внутрішнього аудиту витрат підприємств сприяє досягненню мети контрольного заходу в максимально ефективний спосіб, оскільки на підставі оцінки аудиторського ризику внутрішній аудитор визначає обсяг, характер та послідовність застосування аудиторських процедур. Нині потреба обґрунтування змістової характеристики та вдосконалення систематизації факторів впливу на величину аудиторського ризику є необхідною передумовою оцінки цього показника під час здійснення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Сутність та розроблення методичних підходів до оцінки аудиторського ризику є предметом наукового інтересу багатьох науковців, однак переважно вони сто-

суються зовнішнього аудиту. Окремі теоретичні та практичні аспекти оцінювання аудиторського ризику під час проведення зовнішнього аудиту розглядали Т.В. Акімова [1], Є.Б. Бережний [2], Л.О. Голуб [3], Н.І. Дорош [4], В.Д. Зелікман [1], О.А. Петрик [5], К.О. Редько [6], Р.Б. Сокольська [1] та інші науковці. Проблематика оцінювання аудиторського ризику у внутрішньому аудиті порушувалася у дослідженнях К.О. Назарової [7] та О.А. Петрик [5]. Зокрема, у монографії К.О. Назарової аудиторський ризик було розглянуто в концепції взаємодії внутрішнього та зовнішнього аудиту.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Позитивно оцінюючи напрацювання вчених, зазначимо, що відмінності теоретико-методичних та організаційних аспектів внутрішнього і зовнішнього аудитів зумовлюють незавершеність дослідження сутнісних характеристик, функціонального призначення аудиторського ризику у внутрішньому аудиті, а також систематизації факторів впливу на величину цього показника з огляду на ідентифікацію як об'єкта внутрішнього аудиту витрат діяльності суб'єкта господарювання.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження теоретико-методичних аспектів аудиторського ризику під час планування внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання та їх удосконалення шляхом систематизації факторів впливу на величину цього показника.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням

отриманих наукових результатів. Основним джерелом, у якому висвітлено концептуальні засади розуміння сутності та складу аудиторського ризику в аудиті, є міжнародні стандарти аудиту (далі – МСА). Відповідно до даного документу, аудиторський ризик визначається як імовірність того, що аудитор висловить неправильну думку про достовірність фінансової звітності, тоді як фактично у звітах містяться суттєво перекручені дані [8].

З положеннями МСА узгоджується думка К.О. Назарової, яка визначає аудиторський ризик як імовірність того, що аудитор висловить хибне враження про достовірність фінансових звітів, які містять суттєві перекручення, що може позначитися на прийнятті рішень користувачами [7, с. 218–219].

Подібною є позиція Н.І. Дорош, яка вважає аудиторський ризик небезпекою того, що за результатами застосування аудиторських процедур аудитор висловить невірне судження про достовірність звітності, тобто якщо стосовно неправильно складеної у суттєвих аспектах звітності буде надано модифікований аудиторський звіт, і навпаки [4, с. 171]. Спираючись на те, що метою проведення аудиту є висловлення думки аудитора про те, що фінансова звітність клієнта складена достовірно в усіх суттєвих аспектах, учена пропонує розглядати два можливі варіанти помилок під час представлення аудиторського звіту. Перший варіант передбачає висловлення аудитором немодифікованої думки (надання позитивного висновку), тоді як фінансова звітність містить суттєво викривлену інформацію, що за змістом є тотожним визначенню поняття «аудиторський ризик» у МСА. Другим можливим варіантом помилки є представлення в аудиторському звіті модифікованої

думки щодо недостовірності звітності інформації, тоді як у дійсності це не так [4, с. 171]. Уважаємо, що така ситуація є менш поширеною у практичній діяльності, однак можливою.

Н.І. Дорош було сформовано й дещо інший підхід до розуміння сутності аудиторського ризику як імовірності появи аргументованих скарг щодо якості результатів здійсненого аудиту і достовірності аудиторського висновку [4, с. 171], що вказує на існування відповідальності аудитора чи аудиторської фірми за якість проведеної перевірки.

Результати огляду фахової літератури засвідчили, що схожих позицій відносно трактування аудиторського ризику з більшим чи меншим ступенем подібності залежно від досліджуваного аспекту дотримуються чимало інших науковців. Однак усі вони вказують на те, що аудиторський ризик – це ризик саме з позиції суб'єкта проведення аудиту, що впливає на інформаційний ризик користувачів фінансової звітності, які можуть висунути претензії до результатів аудиту та зумовити відповідальність аудитора. Схематично даний логічний зв'язок представлено на рис. 1.

Проілюстрований на рис. 1 зв'язок видів ризику в аудиті підтверджує те, що аудиторський ризик є професійним ризиком аудитора. Оцінка аудиторського ризику аудиторами та аудиторськими фірмами дає змогу зменшити термін перевірки, уникнути зайвих трудовитрат. Разом із тим якщо аудитор не проявив достатньої ретельності під час збору аудиторських доказів та висловив помилкову впевненість у достовірності звітності, а на підприємство-клієнта, наприклад, були накладені штрафні санкції, тоді аудитор чи аудиторська фірма можуть бути звинувачені в неякісному проведенні аудиту і притягнуті до відповідальності.

На відміну від аудиторського інформаційний ризик є ризиком користувача фінансових звітів. Інформаційний ризик полягає у тому, що через помилки у фінансових звітах користувачем може бути прийняте неправильне рішення. Це, своєю чергою, може призвести до ймовірності появи бізнес-ризиків (імовірності настання негативних економічних наслідків для користувача звітності). Так, інвестування у діяльність

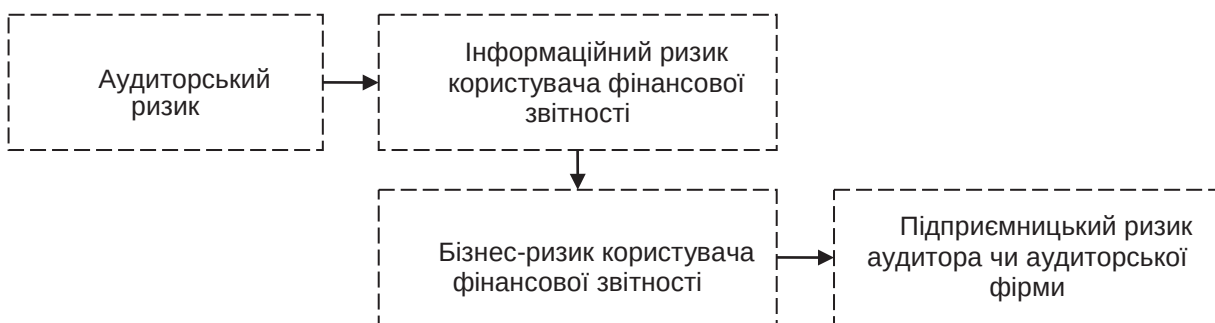


Рис. 1. Взаємозв'язок видів ризику в аудиті

Джерело: розроблено автором на основі [8]

підприємства, яке має значну ймовірність банкрутства, може призвести до того, що інвестор понесе збитки.

Реалізація бізнес-ризиків зумовлює втрати користувачами, які, своєю чергою, можуть висунути претензії аудиторю щодо неякісно проведеного аудиту. Внаслідок пред'явлення позовів користувачами фінансової звітності суб'єкт проведення аудиту може понести відповідальність згідно з чинним законодавством, а також утратити репутацію, що становить його підприємницький ризик. Слушною є думка М.Ю. Неустроєва, який переконаний у тому, що від рівня аудиторського ризику залежить не тільки матеріальна, а й моральна відповідальність аудитора [9].

На основі вищерозглянутого можемо зробити такі узагальнення. Основною причиною оцінки аудиторського ризику є необхідність забезпечення належного рівня якості результатів аудиту, що, з одного боку, мінімізує інформаційний ризик користувачів фінансової звітності, а з іншого – зменшує можливість виникнення негативних наслідків для аудитора. Так, якщо аудитор визначає аудиторський ризик як високий (значний ризик помилитися ід час надання висновку), він буде застосовувати більшу кількість аудиторських процедур (аналітичних процедур, детальних тестів тощо), щоб зібрати достатню кількість доказів для забезпечення належної якості результатів аудиту.

У зовнішньому аудиті загальна величина ризику впливає на вартість аудиту, для внутрішнього аудиту це не є характерним. Розрахунок аудиторського ризику у внутрішньому аудиті потрібен для визначення обсягу і характеру контрольних процедур та, на нашу думку, є більш спрямованим на оцінку окремих компонентів аудиторського ризику, а не загального показника. Отже, розрахунок аудиторського ризику є важливою компонентою процесу аудиту, що дає змогу впливати на якість одержаних результатів. Саме забезпечення належного рівня якості контрольного заходу, на наше переконання, є основним аргументом на користь необхідності розрахунку аудиторського ризику у внутрішньому аудиті.

Варто зазначити, що важливо не уникнути аудиторського ризику взагалі (оскільки це неможливо), а правильно його оцінити. Можна погодитися з тим, що «оцінка аудиторського ризику є характеристикою очікувань аудитора щодо виникнення впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на процес формування аудиторського судження» [10, с. 124]. Отже, рівень аудиторського ризику під час планування та проведення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання має ґрунтуватися на визначенні його складових елементів та оцінці впливу факторів на них.

У положеннях МСА та науковій літературі відображено різні підходи до оцінки аудиторського ризику, однак більшість із них сходиться у тому, що основними компонентами аудиторського ризику є ризик суттєвого викривлення

та ризик невиявлення. Визначення ризику суттєвого викривлення, своєю чергою, передбачає оцінювання властивого ризику та ризику контролю.

Відповідно до тлумачення змісту властивого ризику, наданого у праці [9], він є результатом істотних умов, подій, обставин, дії або бездіяльності, які можуть негативно вплинути на здатність підприємства досягати своїх цілей і реалізовувати свої стратегії, а також як результат вибору неналежних цілей і стратегій. Зазначене твердження є дещо суперечливим, оскільки відображає визначення підприємницького ризику (бізнес-ризик) суб'єкта господарювання, а не властивого ризику як складової частини аудиторського ризику. Не цілком поділяємо позицію стосовно ототожнення власного (властивого) ризику з бізнес-ризиками (ризиками діяльності підприємства) [5, с. 367], оскільки, відповідно до МСА, бізнес-ризик має значно ширший зміст, аніж ризик суттєвого викривлення, оскільки включає у себе останній.

У діяльності суб'єктів господарювання бізнес-ризик часто виникають унаслідок розроблення нової продукції або послуг, неврахування особливостей локалізації споживачів під час розширення бізнесу, невдало вибраної концепції підприємств тощо. Але вплив цих факторів на господарську діяльність підприємства не означає, що вони зумовляють викривлення облікової інформації, зокрема за об'єктом «витрати». Водночас властивий ризик є ризиком суттєвого викривлення облікових та/або звітних даних унаслідок впливу на систему обліку суб'єкта господарювання зовнішніх та внутрішніх факторів.

До зовнішніх факторів впливу на величину властивого ризику варто віднести зміни рівня податкового навантаження, рівня конкуренції у галузі, попиту споживачів, нормативно-правового регламентування діяльності, зокрема бухгалтерського обліку підприємств.

Визначаючи перелік внутрішніх факторів впливу на значення властивого ризику, необхідно передусім зважити на специфіку суб'єктів господарювання, для контролю діяльності яких може бути застосовано внутрішній аудит, адже внутрішній аудит є формою контролю, яка запроваджується власниками господарських товариств та іншого виду корпоративних утворень (у т. ч. корпоративних мереж підприємств), де є розмежування функцій володіння та поточного управління бізнесом, для оцінки ефективності управління господарським товариством найнятими менеджерами. Отже, до внутрішніх факторів пропонуємо відносити такі чинники, як організаційна структура підприємств, частка заробітної плати менеджерів, що є відсотком від прибутку, рівень завантаженості персоналу за центрами виникнення витрат, вибір системи обліку та методу калькулювання собівартості, рівень санкціонування витрат операційної діяльності керівником (менеджером).

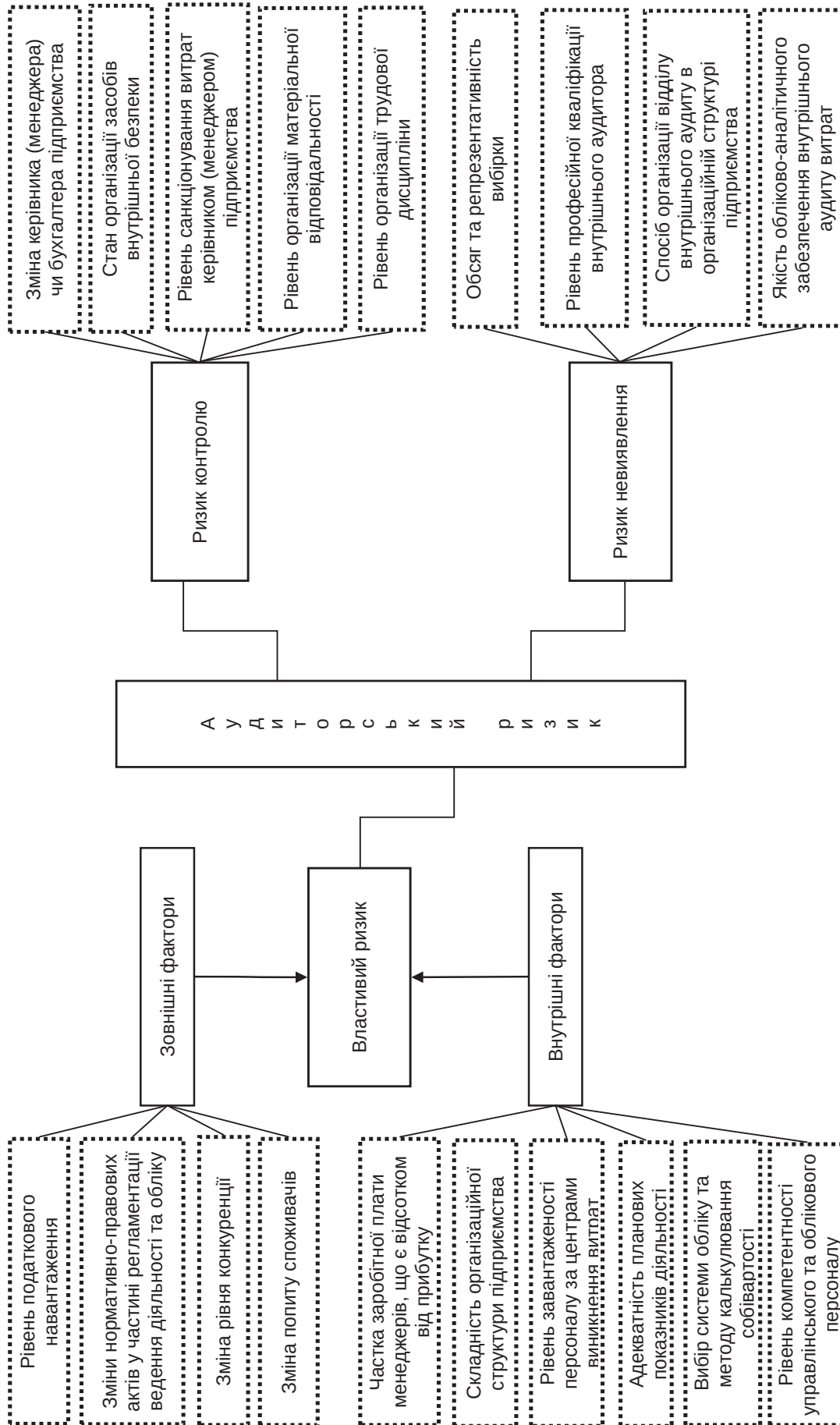


Рис. 2. Систематизація факторів впливу на елементи аудиторського ризику під час планування та проведення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання

Джерело: розроблено автором

Стосовно організаційної структури слід відзначити, що у господарських товариств та корпоративних мереж підприємств вона є більш складною, ніж у суб'єктів господарювання, які не мають ознак корпоративного утворення. Іншим внутрішнім фактором, який пропонуємо виділяти в межах оцінки аудиторського ризику, є зміна частки у заробітній платі менеджерів, що є відсотком від прибутку (товарообігу) господарського товариства. Свою позицію пояснюємо тим, що зазначений чинник може бути поштовхом до завищення чистого прибутку менеджером шляхом маніпулювання витратами, величина яких впливає на визначення чистого фінансового результату. Такі чинники, як рівень завантаженості персоналу за центрами виникнення витрат та рівень санкціонування витрат операційної діяльності керівником (менеджером), впливають на ризик учинення помилки під час здійснення операцій, що супроводжуються формуванням витрат. Аналогічної позиції дотримуємося стосовно вибору підприємством системи обліку та методу калькулювання собівартості, що залежно від складності вибраного методу також може зумовити ризик суттєвого викривлення інформації про витрати.

Другим елементом аудиторського ризику є ризик контролю, який пов'язаний із небезпекою невиявлення та неусунення системою внутрішнього контролю підприємства суттєвих помилок. Його поява зумовлена недоліками функціонування систем обліку і внутрішньогосподарського контролю та переважно залежить від керівника/менеджера і головного бухгалтера підприємства, на яких першочергово покладається відповідальність за створення та підтримку систем обліку і внутрішньогосподарського контролю. На відміну від зовнішнього аудиту суб'єкт проведення внутрішнього аудиту чинить значний вплив на ризик контролю.

Останнім складником аудиторського ризику є ризик невиявлення, який відображає ймовірність застосування аудиторських процедур невідповідного виду або в невідповідному обсязі до конкретного об'єкта. Він зумовлений застосуванням вибіркового методу під час одержання аудиторських доказів, який, своєю чергою, використовується через обмеження у часі для виконання конкретного завдання.

Суб'єкт проведення внутрішнього аудиту не присутній безпосередньо під час проведення кожної господарської операції. Щоб зменшити ризик невиявлення, важливо прагнути, щоб вибірка була репрезентативною, тобто характеристика елементів вибіркової сукупності має відповідати характеристиці елементів генеральної сукупності. Разом із тим зазначимо, що порівняно із зовнішнім аудитором, внутрішній має можливість застосовувати значно ширшу вибірку завдяки систематичному характеру його діяльності. До факторів, які впливають на ризик невиявлення, слід віднести встановлену аудито-

ром межу суттєвості, рівень професійної кваліфікації внутрішнього аудитора, стаж роботи внутрішнього аудитора у даній організації (впливає на втрату пильності), рівень незалежності відділу внутрішнього аудиту, рівень доступу відділу внутрішнього аудиту до інформаційних джерел, якість обліково-аналітичного забезпечення внутрішнього аудиту, репрезентативність вибірки.

Визначені нами фактори впливу на величину компонентів аудиторського ризику систематизовано на рис. 2.

Прийнято вважати, що єдиним компонентом аудиторського ризику, на зміну якого може впливати аудитор, є ризик невиявлення. Однак систематичний характер здійснення внутрішнього аудиту дає змогу поступово знижувати рівень властивого ризику та ризику контролю шляхом формування рекомендацій за його результатами. Натомість виникає загроза поступового зростання ризику невиявлення через утрату пильності внутрішніми аудитором.

МСА 320 «Суттєвість під час планування та проведення аудиту» містить твердження про взаємозалежність межі суттєвості та аудиторського ризику. Тобто чим вища межа суттєвості, тим нижчого значення набуває аудиторський ризик, і навпаки, з чим погоджуємося. Разом із тим слід конкретизувати, що рівень аудиторського ризику на визначення величини суттєвості не впливає, оскільки межа суттєвості має ґрунтуватися на розумінні потреб користувачів.

Межа суттєвості впливає на аудиторський ризик, однак рівень аудиторського ризику на межу суттєвості не може впливати. Із цієї причини не можемо погодитися з науковою позицією, яка полягає у рекомендації за потреби зниження аудиторського ризику встановлювати рівень суттєвості нижчий, аніж той, що було визначено на стадії планування контрольного заходу [11, с. 31]. Це пояснюємо тим, що така процедура буде суто технічною та ігноруватиме потреби користувачів інформації.

Під час використання запропонованого нами підходу до оцінки рівня суттєвості та ідентифікованих викривлень у процесі проведення внутрішнього аудиту витрат підприємств зменшення аудиторського ризику шляхом зниження рівня суттєвості вважаємо взагалі неприйнятним. Зниження рівня суттєвості на стадії проведення внутрішнього аудиту витрат підприємств є допустимим, однак за виникнення обставин, що зумовлюють зміну інтересів чи потреб користувачів інформації, наприклад необхідність значної економії. Потребу у зниженні завищеного рівня аудиторського ризику не вважаємо причиною, яка дає підставу внутрішньому аудиту зменшувати попередньо встановлений рівень суттєвості. Більш раціонально у цьому разі дотриматися вимог МСА, які рекомендують зменшувати аудиторський ризик через отримання достатніх і прийнятних аудиторських доказів [8].

Встановлений на стадії планування рівень аудиторського ризику застосовується під час визначення характеру, термінів, обсягу і послідовності застосування аудиторських процедур, які за вимогами МСА «Суттєвість під час планування та проведення аудиту» мають бути відображені у стратегії та плані аудиту.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Дослідження змісту та методичних аспектів аудиторського ризику дало змогу обґрунтувати необхідність його оцінювання під час здійснення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання. Для адаптації наявних наукових розробок до потреб реалізації внутрішнього аудиту

витрат підприємств було здійснено систематизацію факторів впливу на складники аудиторського ризику, яка на відміну від наявних доповнена такими чинниками, як частка заробітної плати менеджерів, що є відсотком від прибутку, рівень завантаженості персоналу за центрами виникнення витрат, вибір системи обліку та методу калькулювання собівартості, рівень санкціонування витрат операційної діяльності керівником (менеджером). Зазначені пропозиції сприятимуть раціональному плануванню обсягу та складу аудиторських процедур. Перспективою подальших досліджень з окресленої проблематики є розроблення інтегрального показника оцінки ідентифікованих факторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сокольська Р.Б., Зелікман В.Д., Акімова Т.В. Удосконалення підходу до визначення аудиторського ризику та суттєвості на стадії планування аудиту. Торгівля, комерція, підприємництво. 2014. Вип. 16. С. 185–189.
2. Бережний Є.Б. Теоретичні та емпіричні підходи до визначення аудиторського ризику. Бізнес Інформ. 2017. № 12. С. 365–369.
3. Голуб Л.О. Оцінка аудиторського ризику та тестування засобів контролю фінансової діяльності підприємства. Наукові праці МАУП. 2014. Вип. 42. С. 207–214.
4. Дорош Н.І. Аудит: теорія і практика: монографія. Київ, 2006. 495 с.
5. Петрик О.А. Стан та перспективи розвитку аудиту в Україні: методологічні та організаційні аспекти: дис. ... докт. екон. наук: 08.06.04. Київ, 2004. 540 с.
6. Редько О.Ю. Аудит в Україні. Морфологія: монографія. Київ, 2008. 493 с.
7. Назарова К.О. Аудит: еволюція, потенціал, ефективність: монографія. Київ, 2015. 464 с.
8. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Ч. 1. Київ: СТАТУС, 2015. 1249 с.
9. Неустроев М.Ю. Оценка рисков в аудите при выборе аудиторских доказательств: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.12. Иркутск, 2011. 161 с.
10. Шерстюк О.Л. Діагностика аудиторського ризику. Вісник КНТЕУ. 2013. № 1. С. 117–127.
11. Мазур В.П. Суттєвість і аудиторський ризик при здійсненні аудиту фінансових результатів від сільськогосподарської діяльності. Вісник ЖДТУ. 2014. № 1(67). С. 25–32.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У США ТА МЕТОДИКИ Й ОСОБЛИВОСТЕЙ ЙОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

COMPARATIVE ANALYSIS OF MONETARY MEANS ACCOUNTING IN THE USA AND ACCOUNTING METHODS AND PECULIARITIES IN UKRAINE

Маркус О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки

Стельмах І.Р.

студентка факультету економіки та управління,
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки

У статті досліджено особливості обліку грошових коштів у США та Україні. Наведено порівняльну характеристику методики складання звіту про рух грошових коштів згідно із Системою загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку U.S. GAAP та Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, наведено їх оцінку, визначено переваги та недоліки. Розкрито можливі напрями вдосконалення організації бухгалтерського обліку в Україні.

Ключові слова: аналіз, дослідження, звіт про рух грошових коштів, грошові потоки, прямий та непрямий методи.

В статье исследованы особенности учета денежных средств в США и Украине. Приведена сравнительная характеристика методики составления отчета о движении денежных средств в соответствии с Системой общепринятых принципов бухгалтерского учета U.S. GAAP и Национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета, приведена их оценка, определены преимущества и недостатки. Раскрыты возможные направления совершенствования организации бухгалтерского учета в Украине.

Ключевые слова: анализ, исследование, отчет о движении денежных средств, денежные потоки, прямой и косвенный методы.

In this article we investigate the features of the cash flows in the USA and Ukraine. We compare the compiling of cash flow statement in accordance with the Accepted Accounting Principles US GAAP and National accounting standards of Ukraine, given their assessment, strengths and weaknesses of different methodology were identified. Possible directions of improving organization of monetary means accounting in Ukraine are considered.

Key words: analysis, research, cash flow statement, cash flows, direct and indirect methods, Accepted Accounting Principles, GAAP.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Грошові кошти як економічна категорія можуть розглядатися з різних позицій щодо своєї ролі у господарській діяльності: у сукупності являють собою грошові потоки підприємства; використовуються як інструмент оцінки; виступають у ролі засобу платежу та заощадження; є ресурсом суб'єктів господарювання та результатом діяльності; зумовлюють поточний і майбутній фінансовий стан підприємства. Основною характеристикою, яка виділяє грошові кошти з-поміж інших оборотних активів і є базовою для точного їх визначення як окремої економічної категорії, є їхня ліквідність

Сьогодні в обліку і звітності ще наявні певні відмінності, особливо щодо складання Звіту про рух грошових, саме тому виникає потреба детального дослідження обліку грошових коштів. Постає необхідність адаптації національної системи бухгалтерського обліку до вимог міжнародної практики, що реалізуються, головним чином, за загальними принципами обліку США (GAAP).

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Питання обліку грошових коштів висвітлено в наукових працях таких учених, як: А.М. Андросов, С.Л. Береза, М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов,

Н.М. Малюга, М.С. Пушкар, М.Г. Чумаченко, В.О. Шевчук, Г.В. Савицька та ін.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Значною проблемою обліку грошових коштів підприємства в Україні є неповнота та несвоєчасність їх відображення у системі обліку. Якщо грошові кошти не будуть повністю та своєчасно оприбутковані, то не буде чіткого відображення наявності коштів. Постійний контроль над дотриманням правил ведення операцій із грошовими коштами дасть змогу зменшити масштаби використання готівки підприємствами й організаціями, а отже, обмежити роль готівкового обігу як засобу обслуговування руху тіншового капіталу, приховування доходів та ухилення від сплати податків до бюджету.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є порівняльний аналіз обліку грошових коштів у США та методики й особливостей його обліку в Україні, а також вдосконалення організації обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Функціонування підприємств в умовах ринку передбачає безперервний рух грошових

коштів, тому їх слід розглянути як важливий ресурс та результат діяльності підприємств. У зв'язку з нестабільністю законодавства та розвитком зорієнтованої на міжнародне співробітництво економіки саме операції щодо ведення обліку грошових коштів та розрахунків підлягають найбільшим змінам. Тому наявність суперечливих питань та неузгодженостей під час ведення обліку грошових коштів вимагає детальнішого їх вивчення та пошуку єдиних шляхів вирішення цих проблем.

Порядок організації бухгалтерського обліку грошових коштів і розрахунків підприємств у США та Україні відображено в табл. 1.

Проаналізувавши облікове відображення грошових коштів, можна зробити висновок, що класифікація грошових коштів є однаковою. Крім того, порядок документування грошових операцій аналогічний:

1) облік готівки ведеться на основі таких первинних документів, як: прибутковий касовий ордер, видатковий касовий ордер, журнал реєстрації прибуткових і видаткових касових ордерів, касова книга, книга обліку виданих та прийнятих касиром грошових коштів, розрахунково-платіжні відомості, платіжна відомість, супровідна відомість, звіт касира;

Таблиця 1

Порівняльна характеристика організації бухгалтерського обліку грошових коштів підприємств у США та в Україні

Основні ознаки	Країни	
	Україна	США
Нормативне регулювання	Положення про касові операції № 637 від 15.12.2004	Правила ведення касових операцій в США № 764 від 25 листопада 1992 р.
Класифікація грошових коштів	Залежно від валюти, залежно від місця зберігання, залежно від використання власних грошових коштів.	
Організація синтетичного обліку грошових коштів	Рахунок 30 «Каса», 31 «Поточний рахунок в банку», 33 «Інші кошти»	Єдиного офіційно встановленого Плану рахунків у США немає. Проте різні компанії використовують різні уніфіковані системи рахівництва. Наприклад: 0001. Грошові кошти 0010 Цінні папери 0020. Рахунки до отримання 0040. Інші дебітори 0060. Резерв сумнівних боргів покупців 0150. Внутрішньогрупові рахунки до отримання
Організація аналітичного обліку грошових коштів	Журнал 1, відомість 1, Графи 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11 розділу III журналу 5 (5А), Головна книга Баланс (ф. № 1), Примітки до річної фінансової звітності (ф. № 5)	Журнал грошових надходжень та грошових виплат, касова книга з двома або трьома колонками Журнал реалізації; Журнал закупівель
Організація обліку грошових коштів між банком і підприємством	Відображається на підставі виписки банку з поточного рахунку	Відображається в момент депозиту чека, а виплата – в момент видачі чека
Поштові марки, оплачені білети	Включаються до складу грошових документів	Вважаються авансами

Джерело: розроблено авторами за [1–3]

2) облік грошових коштів на рахунках в банку ведеться на основі таких первинних документів, як: платіжне доручення, платіжна вимога-доручення, чеки, виписка банку.

Грошові документи, такі як поштові марки, оплачені білети, що включаються в Україні до складу грошових документів, за GAAP вважаються авансами. Кошти, що відображаються у вітчизняному балансі як «Грошові кошти в дорозі», за Загальноприйнятими стандартами бухгалтерського обліку (GAAP) США включаються до складу дебіторської заборгованості банку.

Відмінним є також і момент відображення в обліку руху грошових коштів між банком і підприємством. У вітчизняній практиці розрахунки з банком відображаються в обліку на підставі виписки банку з поточного рахунку. У США отримання коштів відображається у момент депозиту чека, а виплата – у момент видачі чека [4, с. 358].

Ще однією відмінністю між США та Україною є ведення звіту про рух грошових коштів, який надає додаткову інформацію для користувачів фінансової звітності щодо змін, що відбулися у балансі підприємства, а також щодо того, наскільки суттєвими є статті доходів та витрат, що були отримані та сплачені грошо-

вими коштами. Звіт про рух грошових коштів складається двома методами: прямим та непрямим. В Україні під час складання звіту про рух грошових коштів перевага надається прямому методу. Згідно з опублікованими даними, непрямому методу складання звіту віддають перевагу 97,5% компаній у США. Там уважається, що звіт, складений непрямим методом, більше влаштовує тих користувачів, яких цікавить якість доходів компанії (з урахуванням структури негрошових статей, динаміки змін залишків і т. д.). Користувачі, орієнтовані тільки на кількісні характеристики, віддадуть перевагу прямому методу.

Для своєчасного виконання всіх завдань планування, контролю та надання повної та неупередженої інформації про рух грошових коштів у результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності для прийняття рішень необхідно створити ефективну організацію бухгалтерського обліку грошових коштів та їхніх потоків. Загальні відмінності підходів до складання звіту про рух грошових коштів наведено в табл. 2.

За результатами розгляду теоретичних та методичних основ складання Звіту про рух грошових коштів згідно зі стандартами U.S. GAAP та НП(С)БО, їх порівняльної характеристики та аналізу можна зробити такі висновки.

Таблиця 2

Порівняння підходів до складання звіту про рух грошових коштів в Україні та США

	Основне джерело інформації	
	Система U.S. GAAP	НП(с)БО
Визначення сутності грошових коштів та їхніх еквівалентів	До грошових коштів належать готівка, депозити до запитання в банках або інших фінансових установах, короткострокові, високоліквідні інвестиції. До складу грошових коштів не включаються: банківські овердрафти, грошові кошти, обмежені у використанні. Зміни в грошових коштах, обмежених у використанні, повинні бути представлені в інвестиційній діяльності	До грошових коштів належать готівка, кошти на рахунках у банку та депозити до запитання. Еквіваленти грошових коштів – короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються у певні суми грошових коштів і які характеризуються незначним ризиком зміни їхньої вартості
Класифікація компонентів господарських операцій у Звіті про рух грошових коштів	Компоненти господарських операцій класифікуються загалом за основними джерелами надходження грошових коштів та за видами діяльності: операційної, інвестиційної або фінансової	Класифікуються за видами діяльності: операційної, інвестиційної або фінансової
Обов'язковість подання	Обов'язковий	Обов'язковий
Порівняльні періоди	Інформація щодо порівняння даних періодів не вимагається. Однак за певних умов вимагається аудиторський звіт про рух грошових коштів протягом трьох попередніх фінансових років	Звіт про рух грошових коштів, окрім показників звітного періоду, містить додатково аналогічні показники попереднього року, що дає змогу забезпечити порівняність фінансової звітності підприємства
Наявність винятків, виключень	Існують певні винятки щодо підготовки і подання Звіту про рух грошових коштів певним колом інвестиційних компаній	Немає винятків та виключень
Склад грошових коштів	Овердрафти не включають на відміну від короткострокових еквівалентів	Включають овердрафти та грошові еквіваленти за строком погашення три місяці

Джерело: розроблено авторами за [5; 6]

Складники грошових коштів є досить схожими як в Україні, так й у США. Також класифікація компонентів господарських операцій у Звіті про рух грошових коштів в Україні наближена до США. Звіт про рух грошових коштів є обов'язковим для обох країн. Щодо порівняльних періодів, то у США інформація для порівняння даних періодів не вимагається, тоді як в Україні Звіт про рух грошових коштів містить додатково аналогічні показники попереднього року, що дає змогу забезпечити порівняність фінансової звітності підприємства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Провівши порівняння облікового відображення грошових коштів України та США, можна встановити подібні та відмінні риси організації їх обліку. Схожість проявляється у визначенні основних складників грошових коштів, а також у порядку їх документування. Відмінність полягає у рахунках та відображенні в обліку руху грошових коштів між банком і підприємством.

Висвітлена проблема є важливим аспектом для всіх підприємств, адже від достовірності, своєчасності, повноти та оперативності обліку грошових коштів залежить уся фінансова діяльність підприємства. Побудова належної системи бухгалтерського обліку грошових коштів передбачає правильність здійснення й відображення всіх етапів їх руху починаючи з нормативно-правових вимог, заповнення первинних документів, узагальнення та систематизації інформації в регістрах і завершуючи складанням звітності.

На основі аналізу особливостей обліку грошових коштів в Україні та США встановлено, що нині керівництву підприємства необхідно враховувати, що ефективний фінансовий менеджмент, облік та контроль операцій із грошовими коштами як його складник є запорукою отримання додаткового доходу. Саме тому бухгалтерський облік та контроль грошових коштів потребує уваги та узагальнення досвіду економічно розвинених країн.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бычкова С.М., Бадаева Д.Г. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособ.; под. ред. С.М. Бычковой. М.: Эксмо, 2008. 528 с.
2. Бутинец Ф.Ф. Бухгалтерський учет в странах мира: учеб. пособ.; под. ред. проф. Ф.Ф. Бутинца. Житомир: ЖГТУ, 2008. 484 с.
3. Бутинець Ф.Ф. та ін. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів; 8-е вид., доп. і перероб. Житомир: Рута, 2009. 912 с.
4. Горецька Л.Л. Основні підходи до відображення оборотних активів в обліку зарубіжних країн. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2001. № 16. С. 32–43.
5. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: навч. посіб. Житомир: ЖІТІ, 2000. 440 с.
6. Удосконалення методики складання звіту про рух грошових коштів у системі інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень / Р.Л. Хом'як, І.Л. Цюцяк, А.Л. Цюцяк. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2007. Вип. 577. 506 с.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ

PROBLEMS OF ACCOUNTING OF ENVIRONMENT COSTS AT THE ENTERPRISES

Фатенок–Ткачук А.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Блаженчук В.С.

студентка факультету економіки та управління,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті проаналізовано наявні та виокремлено сутнісні характеристики понять «екологічні витрати» та «екологічний облік». Актуалізовано проблеми бухгалтерського обліку екологічних витрат на підприємствах. Проведено аналіз таких показників, як: утворення відходів за видами економічної діяльності, структура утворених відходів, кількість утилізованих відходів, кількість спалених відходів, кількість відходів, що видалено у спеціально відведені місця чи об'єкти. Запропоновано заходи щодо усунення проблем обліку екологічних витрат на підприємствах.

Ключові слова: екологічні витрати, екологічний облік, утворення відходів, утилізація відходів, екобаланс, екологічний аудит.

В статье проанализированы существующие и выделены характеристики понятий «экологические расходы» и «экологический учет». Актуализированы проблемы бухгалтерского учета экологических затрат на предприятиях. Проведен анализ таких показателей, как: образование отходов по видам экономической деятельности, структура образованных отходов, количество утилизированных отходов, количество сожженных отходов, количество отходов, удаленных в специально отведенные места или объекты. Предложены меры по устранению проблем учета экологических затрат на предприятиях.

Ключевые слова: экологические затраты, экологический учет, возникновение отходов, утилизация отходов, экобаланс, экологический аудит.

The article analyzes the existing and distinct essential characteristics of the concepts of "environmental costs" and "environmental accounting". The problems of accounting of environmental costs at the enterprises were actualized. Analysis of indicators such as: generation of waste by types of economic activity, the structure of generated waste, the amount of recycled waste, the amount of burned waste, the amount of waste removed in specially designated places or objects was conducted. The article proposed measures to eliminate the problems of accounting of environmental costs at enterprises.

Key words: environmental costs, environmental accounting, waste generation, waste recycling, eco-balance, environmental audit.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В Україні існує проблема правильного визначення екологічних витрат та відображення їх у системі бухгалтерського обліку. Швидкі темпи використання суб'єктами підприємницької діяльності найважливіших видів природних ресурсів, нераціональна структура виробництва та споживання призводять до забруднення навколишнього середовища, що залишає негативні наслідки у сфері екологічної безпеки держави та вимагає все більших витрат як суспільства, так і підприємств на ліквідацію й запобігання наслідкам таких забруднень. Тому бухгалтерський облік

екологічних витрат є актуальним питанням в умовах національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженням питань сутності екологічних витрат займалися О.М. Кондратюк [1] та К.С. Сасенко [2]. Дослідники В.М. Жук [3] та Т.А. Кирсанова [4] визначали сутнісні характеристики понять «екологічний облік» та «екологічний облік витрат». Аналіз та дослідження проблем екологічного обліку витрат проводив Л.М. Пелино [5]. Праці Л.І. Максимова [6] присвячено формуванню та класифікації екобалансів на підприємстві. Питанням екологічного аудиту підпри-

емств займалися такі вчені, як І.В. Басанцов та О.С. Пантелейчук [7].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є висвітлення проблем обліку екологічних витрат, аналіз наявних екологічних проблем та формування пропозицій щодо їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для усвідомлення проблематики формування, ідентифікації та відображення екологічних витрат підприємства необхідно визначитися з їхньою сутністю. Ми розділяємо думку К.С. Саєнко та О.М. Кондратюк щодо трактування сутності досліджуваного поняття, а саме:

1) екологічні витрати – це витрати на придбання ліцензії на право користування надрами; витрати на освоєння природних ресурсів; плата за негативний вплив на навколишнє середовище; капітальні і поточні витрати природоохоронної діяльності [2];

2) екологічні витрати – це витрати, що пов'язані з екологічно несприятливою діяльністю підприємства, якими є природоохоронні витрати, екологічні зобов'язання й інші витрати і втрати, що виникли в результаті такої діяльності [1].

Тобто екологічні витрати – це витрати, пов'язані із забезпеченням екологічної безпеки та збереженням навколишнього природного середовища через здійснення природоохоронних заходів та придбання відповідних дозвільних документів.

Незважаючи на ґрунтовні дослідження вітчизняних учених щодо облікового відображення екологічних витрат, залишається питання у методиці здійснення цього процесу.

Екологічний облік на підприємстві – це система виявлення, вимірювання, реєстрації, нагромадження, узагальнення, зберігання, оброблення та підготовки інформації про діяльність підприємства в галузі природокористування з метою передачі її внутрішнім і зовнішнім користувачам для прийняття оптимальних рішень [4]. Користуючись цим визначенням, можна сказати, що облік екологічних витрат на підприємстві повинен відповідати таким вимогам:

– відобразити вплив витрат, зобов'язань та ризиків, які зумовлені природоохоронною діяльністю, на фінансовий стан суб'єкта господарювання;

– формувати вичерпну і повну інформацію про екологічні витрати підприємства;

– давати необхідну інформацію власникам та інвесторам для прийняття рішень щодо здійснення певних екологічних заходів, зменшення ризиків та витрат [3].

Згідно з П(С)БО 16 «Витрати», витрати на охорону навколишнього природного середовища передбачено включати до загально-виробничих витрат [8]. Це свідчить про те, що бухгалтерський облік екологічних витрат має узагальнений та безсистемний характер,

оскільки цей вид витрат не виділяють окремою статтею з їх загальної сукупності. Розміри екологічних витрат залежать від розміру підприємства, його виду діяльності, обладнання, способу виробництва продукції, витрат сировини та від багатьох інших факторів, тому деталізація обліку екологічних витрат просто необхідна, бо організація екологічного бухгалтерського обліку, яка існує на підприємствах сьогодні, не дає змоги отримати достовірні дані про величину, напрями та види екологічних витрат підприємств.

Л.М. Пелиньо виділяє низку проблем, які перешкоджають здійсненню повного і достовірного бухгалтерського обліку екологічних витрат, а саме:

– відсутність конкретних рекомендацій щодо надання інформації про природоохоронну діяльність та організацію екологічного обліку на підприємствах;

– недосконалість нормативно-правова база з питань обліку та звітності екологічних витрат;

– відсутність раціональної, ефективної екологічної політики кожного підприємства (екологічна інформація часто є нечіткою та відносною);

– труднощі щодо встановлення джерел викидів або скидів і вживання заходів для виправлення ситуації;

– складність розрахунку та визначення рівня забруднення й рівня витрат, пов'язаних із проведенням заходів для виправлення ситуації [5].

Згідно зі статистичними даними, за період 2014–2016 рр. кількість утворених відходів коливається залежно від періоду та виду економічної діяльності підприємств та організацій (табл. 1).

Згідно з наведеними даними, можна зробити висновок, що основними забруднювачами є добувна промисловість, переробна промисловість, сільське, лісове та рибне господарство, а також діяльність із постачання електроенергії, газу та пари. Їхні частки за 2016 р. становлять відповідно 217907,8, 53857,9, 8715,5 та 7511,5 тис. т. Але позитивним є те, що кількість відходів за всіма напрямками, крім діяльності з постачання електроенергії, газу та пари, кардинально зменшилася.

На рис. 1 наведено аналіз структури відходів суб'єктів підприємницької діяльності в Україні за останні три роки.

На діаграмі видно, що в структурі відходів найбільшу частку займають відходи згоряння – 27%, відходи тваринного, рослинного походження та змішані харчові відходи – 26%, змішані та недиференційовані матеріали – 16%, побутові та подібні відходи – 13%. Протягом досліджуваного періоду прослідковувалося зростання таких відходів: осад промислових стоків та хімічних відходів – на 2%, відходів чорних та кольорових металів – на 1%, а також змішаних та недиференційованих матеріалів – на 10%. Варто зазначити, що є низка відходів,

які не потрапили у дослідження, але займають значне місце у загальній структурі забруднень, це скляні, текстильні, пластикові, гумові, хімічні відходи та осад промислових стоків.

Протягом 2014–2016 рр. прослідковується чітка політика держави, щодо утилізації утворених відходів (рис. 2). Так, у 2016 р. кількість відходів, яку було утилізовано, порівняно з 2014 р. зменшилася на 1%, але проти 2015 р. збільшилася на 3%.

Позитивною є тенденція до зменшення обсягів спалення відходів (рис. 3). Так, у 2016 р. було спалено 650, 5 тис. т відходів, що на 6% менше, ніж у 2015 р.

Також протягом трьох років відбулося зменшення видалених відходів у спеціально відведені місця чи об'єкти (рис. 4). У 2016 р. кількість відходів, що були видалені у спеціально відведені місця чи об'єкти, становила лише 2%, що на 60% та 34% менше, ніж у 2014 та 2015 рр. відповідно.

Таблиця 1
Утворення відходів за видами економічної діяльності за 2014–2016 рр.

Вид економічної діяльності (тис. т)	Рік			Абсолютне відхилення (+;-)		
	2014	2015	2016	2015-2014	2016-2015	2016-2014
Всього за економічною діяльністю підприємств та організацій, у т. ч.:	348686,1	306214,3	289523,6	-42472	-16691	-59163
- сільське, лісове та рибне господарство	8451,4	8736,8	8715,5	285,4	-21,3	264,1
- добувна промисловість і розроблення кар'єрів	267506,1	232642,4	217907,8	-34864	-14735	-49598
- переробна промисловість	64755,8	56506,3	53857,9	-8249,5	-2648,4	-10898
- постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	5972,7	6597,5	7511,5	624,8	914	1538,8
- водопостачання; каналізація, поводження з відходами	612,5	594,2	457,4	-18,3	-136,8	-155,1
- будівництво	131,2	89,9	88,9	-41,3	-1	-42,3
- інші види економічної діяльності	1256,4	1047,2	984,6	-209,2	-62,6	-271,8

Джерело: сформовано авторами на основі [9.1]

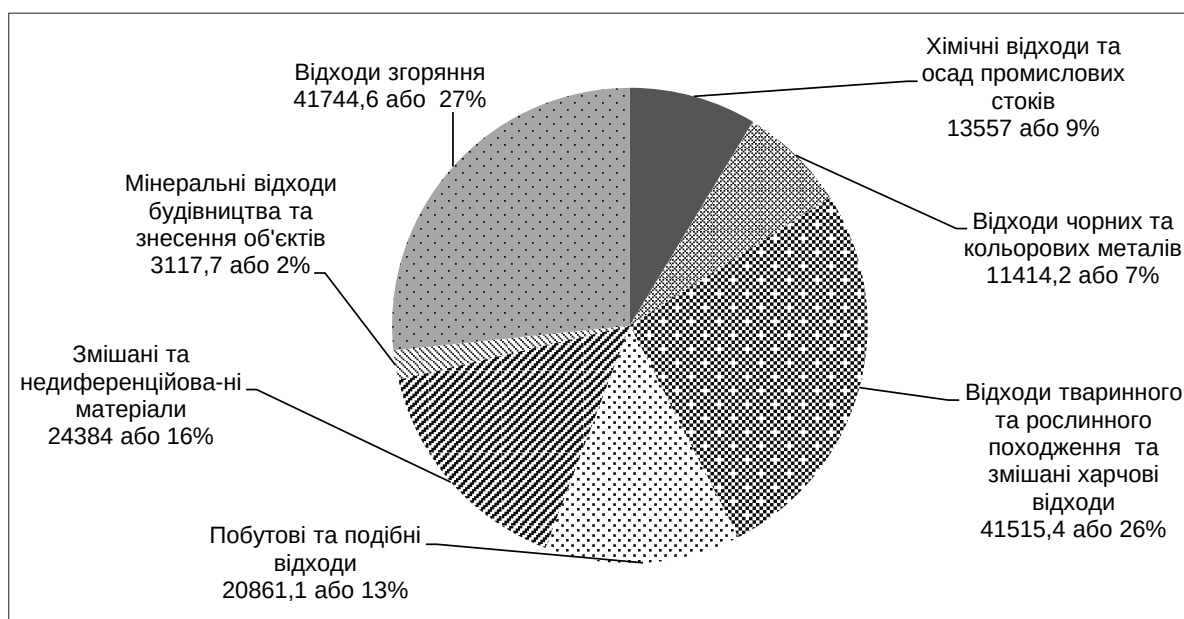


Рис. 1. Структура утворених відходів протягом 2014–2016 рр. (тис. т)

Джерело: сформовано авторами на основі [9.2; 9.3; 9.4]

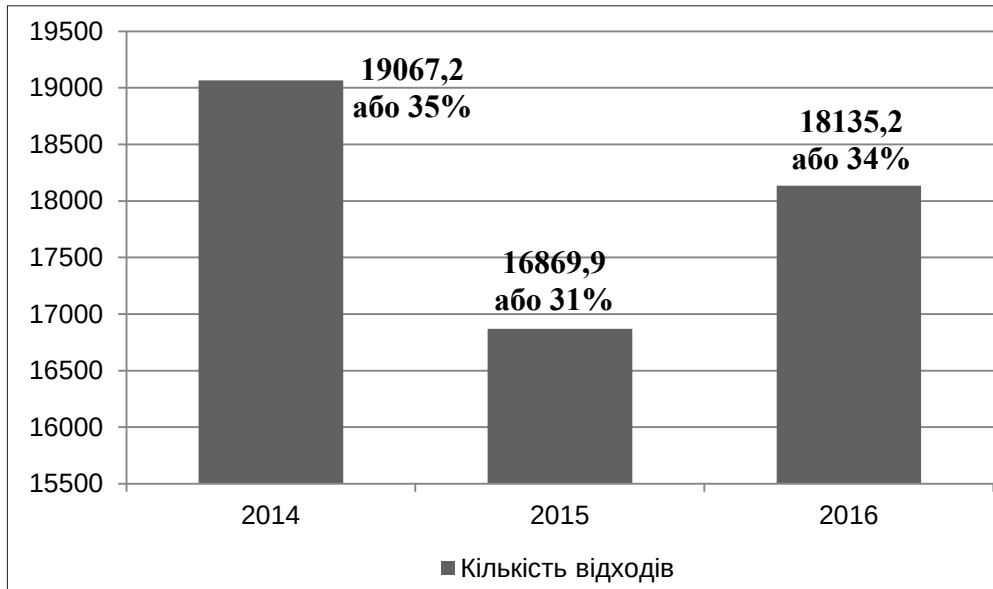


Рис. 2. Кількість утилізованих відходів (тис. т)

Джерело: сформовано авторами на основі [9.2; 9.3; 9.4]

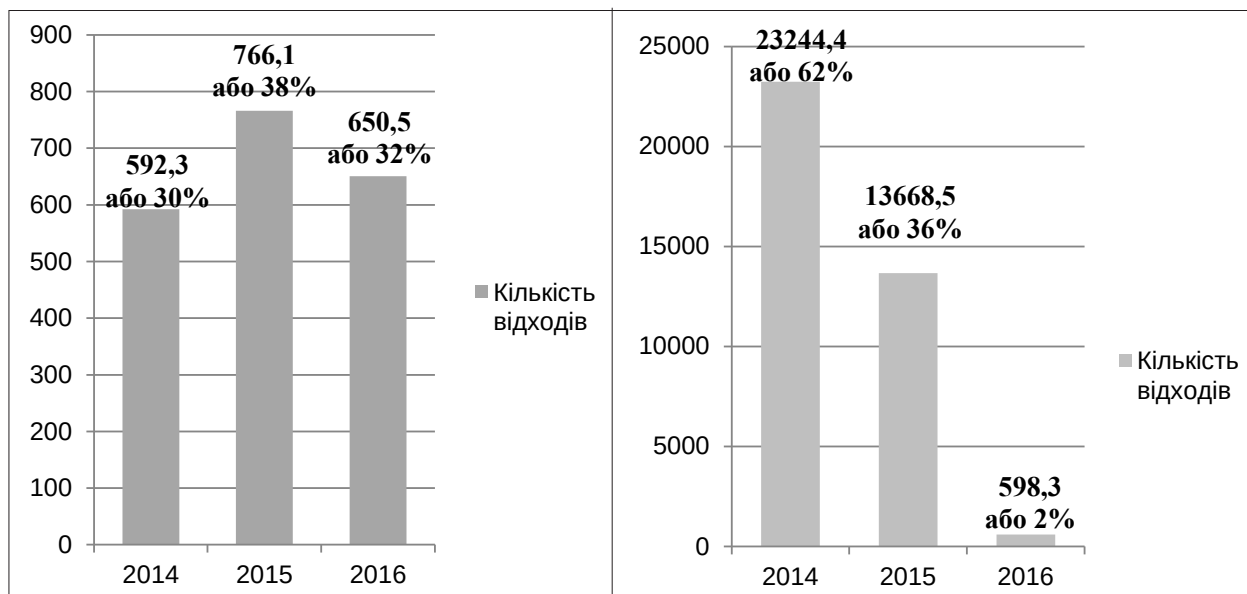


Рис. 3. Кількість спалених відходів (тис. т)

Рис. 4. Кількість відходів, що видалено у спеціальні місця чи об'єкти (тис. т)

Джерело: сформовано авторами на основі [9.2; 9.3; 9.4]

Проте, порівнявши кількість утворених та утилізованих відходів, можна стверджувати, що:

1) кількість утворених відходів значно перевищує кількість їх утилізації;

2) немає точного підтвердження, що підприємства подають достовірну та в повному обсязі статистичну звітність із приводу всіх утворених відходів та способів їх утилізації;

3) підприємства ведуть неточний облік екологічних витрат та витрат на їх утилізацію або взагалі його уникають.

Для усунення проблем обліку екологічних витрат варто здійснити такі заходи:

1. Ввести до Плану рахунків окремі субрахунки з обліку екологічних витрат (зокрема, у розрізі 9-го класу рахунків бухгалтерського обліку) [1].

2. Додати окремий рядок «Екологічні витрати» у форму № 2 «Звіт про фінансовий результат» («Звіт про сукупний дохід») або скласти екобаланси для більш повного відображення як зовнішніх, так і внутрішніх екологічних витрат. Для останнього пропонуємо використовувати систему екобалансів, яку визначив Л.І. Максимів [6]: баланс «витрати – випуск»; баланс процесів; баланс продукції; баланс місця розташування виробництва.

3. Запровадити на підприємствах використання первинних документів для ідентифікації екологічних витрат, наприклад: журнал ідентифікації відходів у розрізі структурних підрозділів підприємства (цехів, ліній і т. п.), бухгалтерські довідки про обчислення сум екологічних витрат, акти поводження з відходами. Також потрібно не забувати подавати форми звітності, що затверджені Державною службою статистики України: форму № 1-відходи (річна) – про утворення та поводження з відходами; форму № 1-екологічні витрати (річна) – про капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища.

4. Створити окремий підрозділ на підприємстві, який буде займатися питаннями моніторингу та визначенням екологічних витрат.

5. Проводити екологічний аудит підприємства.

Згідно із Законом України «Про екологічний аудит», екологічним аудитом називається документально оформлений системний незалежний процес оцінювання об'єкта екологічного аудиту, що включає збирання й об'єктивне оцінювання доказів для встановлення відповідності визначених видів діяльності, заходів, умов, системи екологічного управління та інформації із цих питань вимогам законодавства України про охорону навколишнього природного середовища та іншим критеріям екологічного аудиту [10]. І.В. Басанцов та О.С. Пантелейчук [7] пропонують такі види аудиторських робіт: комплексна експрес-оцінка підприємств для проведення не капіталомістких заходів

щодо екологічної модернізації виробництва; екологічний аудит інвестиційних пропозицій у складі програм галузевої реструктуризації виробництва (інвестиційний аудит); аудит розрахункових платежів за користування природними ресурсами; аудит раціональності та безпеки використання енергетичних ресурсів (енергетичний аудит) та ін.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному

напрямку. Облік екологічних витрат на підприємстві необхідний для відображення шкідливого впливу господарської діяльності підприємства на стан навколишнього середовища з метою моніторингу стану екологічної безпеки на рівні держави та підвищення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. Сьогодні існує низка проблем, що не дають змогу правильно та достовірно здійснювати бухгалтерський облік екологічних витрат підприємства. Для їх уникнення необхідно спростити методичку ідентифікації та розрахунку екологічних витрат, змінити систему відображення цих витрат на рахунках бухгалтерського обліку, додавши деякі субрахунки, та ввести на підприємствах обов'язковий екологічний аудит.

Правильне визначення та відображення екологічних витрат діяльності підприємства на рахунках бухгалтерського обліку та у звітності забезпечать користувачів інформацією, необхідною для прийняття управлінських рішень, що дасть змогу повною мірою врахувати ризики та забезпечити екологічну безпеку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кондратюк О.М. Облік і аналіз екологічних витрат промислових підприємств: дис. ... канд. наук: 08.00.09. Київ, 2008. 253 с.
2. Саєнко К.С. Учет экологических затрат. Аудит и финансовый анализ. Москва, 2005. С. 1–11.
3. Жук В.М. Екологічні аспекти бухгалтерського обліку в агропромисловому виробництві. Агроекологічний журнал. 2012. № 2. С. 18–23.
4. Кирсанова Т.А., Кирсанова Е.В. Экологический контроллинг – инструмент екоменеджмента; под ред. В.А. Лукьянихина. Сумы: Козацкий вал, 2004. 222 с.
5. Пелиньо Л.М. Місце екологічного обліку в сучасній системі бухгалтерського обліку та його значення у сфері охорони довкілля. Науковий вісник НЛТУ України. 2008. Вип. 18. Ч. 2. С. 70–75.
6. Максимів Л.І. Екологічний облік: проблеми формування та перспективи застосування. Вісник САДУ. Економіка та менеджмент. 2001. С. 123–129.
7. Басанцов І.В., Пантелейчук О.С. Екологічний аудит в Україні: актуальність, проблемні питання та напрями удосконалення. Вісник Сумського державного університету. 2010. № 1. С. 38–46.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 16 «Витрати»: Наказ Міністра фінансів України від 31.12.1999 № 318. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 01.05.2018).
9. Навколишнє середовище: матеріали Державної служби статистики України. URL:
9.1. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/ns/ns_u/utv_za_ek_d_u2016.html;
9.2. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/ns_rik/ns_u/utvut_u2014.html;
9.3. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/ns/ns_u/utvut_u2015.html;
9.4. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/ns/ns_u/utvut_u2016.html.
10. Закон України «Про екологічний аудит» від 24.06.2004 № 45-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1862-15> (дата звернення: 28.04.2018).

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 659.138.9

ПАРАДИГМА ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЇЇ ПОШИРЕННЯ

PARADIGM OF INTERNET ADVERTISING AND TECHNOLOGIES OF ITS DISTRIBUTION

Мишко О.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри «Фінанси і кредит»,
Академія рекреаційних технологій і права

Коваль О.Г.

старший викладач кафедри «Фінанси і кредит»,
Академія рекреаційних технологій і права

Струс Р.В.

викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності,
Академія рекреаційних технологій і права

У статті проаналізовано термін «Інтернет-реклама» з позицій маркетингу й інформаційних технологій, визначено переваги та недоліки цього явища, а також вплив глобалізаційних процесів на рекламну індустрію. Проаналізовано технології поширення реклами в мережі Інтернет. Зосереджено увагу на особливостях впливу Інтернет-реклами як сучасного каналу комунікації на реципієнтів.

Ключові слова: реклама, Інтернет-реклама/онлайн-реклама, рекламна індустрія, інформаційні технології.

В статье проанализирован термин «Интернет-реклама» с позиций маркетинга и информационных технологий, определены преимущества и недостатки этого явления, а также влияние глобализационных процессов на рекламную индустрию. Проанализированы технологии распространения рекламы в сети Интернет. Сосредоточено внимание на особенностях влияния Интернет-рекламы как современно-го канала коммуникации на реципиентов.

Ключевые слова: реклама, Интернет-реклама/онлайн-реклама, рекламная индустрия, информационные технологии.

The article analyzes the term "Internet advertising" from the point of view of marketing and information technologies, identifies the advantages and disadvantages of this phenomenon, and, moreover, the influence of globalization processes on the advertising industry. The technologies of distribution of advertising on the Internet are analyzed. The attention is focused on the peculiarities of the influence of Internet advertising as a modern communication channel for recipients.

Key words: advertising, Internet-advertising/online-advertising, the advertising industry, information technologies.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Інформаційні технології в умовах сучасного інформаційного простору впроваджені практично в усі сфери існування суспільства. Інтернет поступово стає одним з основних засобів комунікації та спілкування між людьми як у бізнесі, так і в

побуті. Причому інтенсивність цього явища постійно зростає.

Однією з таких галузей, в якій актуалізовано сервіс Інтернет як один із досягнень інформаційних технологій загалом, вважаємо простір Інтернет-реклами. Саме він сьогодні перебуває на стадії свого розвитку, вдосконалення та поширення водночас, оскільки став не лише

головним фактором забезпечення ефективного функціонування рекламного ринку, а й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Теоретичним аспектам дослідження проблем Інтернет-реклами, її змісту та функціональної спрямованості присвячено праці багатьох учених. Так, у працях Я.М. Вороніна актуалізовано динаміку поширення Інтернет-реклами в галузі електронної комерції [1]; С.М. Ілляшенко зосередив увагу на синхронії та діахронії явища такої реклами [2; 3]; А.О. Каптур вивчає рекламу на просторах Інтернету як сучасний комунікаційний канал [4]. Об'єктом наукових студій І.Л. Литовченко стала реклама в Інтернеті в контексті Інтернет-маркетингу [5], а О.Ю. Щербакова розглядає інформаційні технології як аспект удосконалення рекламної кампанії підприємства крізь типологічні характеристики та принципи функціонування [6].

Однак на периферії наукових зацікавлень і досі знаходиться аспект вивчення цього виду реклами в контексті розвитку інформаційних технологій.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у визначенні терміну «Інтернет-реклама» та дослідженні практики побудови, формування і застосування інформаційних технологій у структурі комунікаційної моделі рекламної галузі. При цьому пріоритетна увага має бути приділена саме сучасним інформаційним технологіям, які завдяки своїм унікальним властивостям будуть активно сприяти динамічному розвитку всіх секторів рекламної індустрії та Інтернет-реклами зокрема як одного з найперспективніших сегментів рекламного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Важливу роль в успішності підприємства відіграє процес формування позитивного іміджу, який є найважливішим фактором зміцнення його конкурентних позицій та сприяє ефективній діяльності в довгостроковій перспективі. Саме завдяки правильно сформованому іміджу значній частині підприємств вдається уникнути бар'єрів сприйняття та диференціювати себе у свідомості споживачів для досягнення поставлених цілей, а за відсутності сформованого іміджу підприємство втрачає найголовнішу стратегічну перевагу. Виникає необхідність пошуку нових шляхів формування позитивного іміджу підприємства, від яких буде залежати його успіх [7, с. 126]. Просування торгової марки в Інтернеті свідчить про сучасність та прогресивність підприємства, що активно використовує ресурси Мережі. Використання інформаційних технологій впливає на всі види діяльності та на формування сприятливого іміджу підприємства.

Інтернет-реклама є одним із найбільш сучасних та перспективних сегментів медійно-комуні-

каційного ринку, який прогресивно розвивається. Це явище водночас знаходиться на перетині кількох наукових дисциплін. Із погляду маркетингу – це «процес інформування, переконання можливого клієнта або аргументованого утримання споживача шляхом поширення у Мережі інформації на цільову аудиторію про продукт, умови і можливість його придбання» [8, с. 453]. Таким чином, Інтернет-реклама, або, інакше кажучи, онлайн-реклама, нічим не відрізняється від звичної реклами, проте з погляду інформаційної індустрії між ними є суттєва різниця.

Якщо традиційні види реклами побутують без прямої залежності від простору Інтернету, то саме за допомогою активного розвитку та впровадження досягнень інформаційної галузі в усі сфери суспільного життя забезпечується існування Інтернет-реклами загалом, хоча вона має певні переваги та недоліки. Якщо однією з переваг є масова доступність аудиторії до ознайомлення з такою рекламою, то за надмірної концентрації реклами на одній веб-сторінці увага реципієнта розсіюється, тому знижується рівень зацікавленості.

Із кожним днем Інтернет-реклама отримує ширші можливості планування, а тому знижується вартість проведення рекламних кампаній, що актуально для того, хто її замовляє. У зв'язку із цим удосконалення можливостей оперативного внесення змін є безумовною перевагою Інтернету порівняно з іншими каналами розповсюдження реклами [4, с. 44].

Реклама, що побутує в Інтернеті, на відміну від традиційної ефективніша, тому що співпрацює з активною аудиторією, інакше кажучи, відбувається інтерактивний процес між рекламою та реципієнтами. Саме тому завдяки можливості відстежувати реакцію на рекламу рекламодавець може швидко вносити корективи.

Можна стверджувати, що реклама у взаємодії з інформаційними технологіями видозмінюється, а тому й ускладнюється проблема класифікаційної диференціації. Доречно виокремити класифікацію Інтернет-реклами (за авторською розробкою О.В. Дубовика [9], доповненою автором): за охопленням цільової аудиторії (цільова, нецільова, змішана); за типом рекламної площі (банери, текстові покликання, веб-сайт рекламодавця, тематичний сайт); за формою презентації (веб-сторінки, пошукові системи, промосайти); за видом презентації (медійна, контекстна); за формою оплати (з фіксованою оплатою, з оплатою за кількістю переглядів, з оплатою за один перехід за рекламою, за кількістю активних користувачів, за кількістю реальних клієнтів); за способом впливу на реципієнта (пряма, непряма); за функціональною спрямованістю (інформаційна, сповіщальна); за тривалістю ефекту від реклами (довгострокова, короткострокова); за економічними параметрами (ефективна, неефективна); за форматами (стандартна, нестандартна, змішана);

за відношенням до сайту (зовнішня, внутрішня); за географією охоплення аудиторії (міжнародна, національна, регіональна); за джерелом фінансування (самостійна, спільна); за характером впливу (візуальна, акустична); за типом подачі інформації (динамічна, статистична); за характером звернення до аудиторії (індивідуальна, масова) тощо.

Ми вважаємо, що залежно від технології поширення Інтернет-рекламу можна диференціювати на кілька видів та підвидів. Однією з найпоширеніших таких технологій вважаємо доступну й ефективну форму реклами на мобільних пристроях. Її поширеність сформувалася під впливом кризи традиційних форматів, які за високої вартості розміщення рекламних повідомлень стали поступатися ефективністю альтернативним каналам [4]. Тому суттєвою є перевага, що полягає в індивідуальному підході до реципієнтів та високому інформаційному потенціалі сучасних смартфонів.

Практично всі технології доставки інформації, які існують у мобільній мережі, можуть використовуватися для мобільної реклами, зокрема SMS- та MMS-повідомлення, які спрямовані на гарантовану доставку повідомлень до абонентів; WAP-сайти, що дають змогу поєднувати унікальні переваги мобільного зв'язку з якостями повноцінного зображення; WAP-push – отримання посилок на оновлені сторінки WAP-порталу; DSTK (Dynamic SIM-Toolkit) – дають змогу абоненту отримувати текстову інформацію, безпосередньо користуючись SIM-меню свого телефону і не вдаючись до додаткових сервісів і налаштувань; IVR (Interactive Voice Response) – технологія доставки голосової інформації, що функціонує за принципом автовідповідача або інтерактивної голосової взаємодії; ICB (Interactive Cell Broadcasting) – технологія, що дає змогу доставляти текстову інформацію на екран телефона в режимі інтерактивного сповіщення; QR-коди (Quick Response) – цей двовірний цифровий штрих-код, за допомогою якого користувач, сфотографувавши цей код, отримує покликання на конкретний товар/послугу тощо; LBA (Location-based advertising) – геоконтекстна реклама, здійснюється через мобільні телефони з урахуванням місця розташування споживача.

Сьогодні переважає SMS-реклама, далі – WAP-сайти. Великий потенціал використання мобільної реклами спостерігаємо в QR-кодах і технології ICB [4].

За принципом персонального підходу до користувачів диференціюємо й Інтернет-рекламу, що поширюється на електронну адресу того чи того абонента, інакше кажучи, відбувається одночасне надсилання однакових за змістом рекламних матеріалів потенційним чи реальним клієнтам.

Провідне місце належить і медійній/банерній рекламі, що полягає у розміщенні текстово-графічних матеріалів на сайтах, придатних для

цього, з елементами гіперпосилань тощо. До цієї групи Інтернет-реклами належать також реклама rich media та відеореклами. В обох випадках акцент рекламодавців зосереджено на поєднанні візуальних та акустичних засобів привертання уваги користувачів мережі Інтернет.

Rich media-реклама – інтерактивні анімовані звукові рекламні ролики, виготовлені за допомогою Flash- та JavaScript-технологій [3]. Відеореклами може бути як самостійна, так і у формі додатка до відео будь-якого змісту у вигляді попередніх коротких відеороликів тривалістю до 15 секунд.

Схожа до банерної пошукова реклама, проте відмінність полягає у принципі розміщення рекламних матеріалів, адже зазвичай вони розташовані разом із результатами пошукових запитів. В останні роки спостерігаємо тенденцію до зростання цієї технології. Такі послуги надає Google, Yahoo!, «Яндекс», MSN, «Мета» (Україна) тощо.

Різновидом пошукової реклами вважаємо контекстну рекламу, розміщення якої полягає у принципі відповідності змісту рекламного матеріалу наповненню веб-сайта, на якому він розташований. Її різновидом вважаємо фонову рекламу, яка слугує відповідно фоном сторінки будь-якого сайту. Цей вид реклами «виник недавно й використовується переважно як іміджева реклама та для подачі анонсів. Вона є малобюджетною і перспективною для умов України» [3, с. 68].

Вагомим сегментом Інтернет-реклами доцільно вважати її поширення у соціальних мережах, тобто оптимізація сайту під соціальні мережі – SMO (Social media optimization). Це комплекс заходів, мета яких – залучити якомога більше користувачів соціальних мереж, блогів, онлайн-щоденників тощо на той чи той веб-сайт. Ураховуючи активне використання смартфонів та доступність Інтернету, такий вид онлайн-реклами дає змогу отримати точну інформацію щодо потенційних клієнтів, адже за допомогою статистичної обробки даних можна врахувати геолокаційні, вікові, статеві тощо відомості про користувача соціальної мережі. Таким чином, реклама буде ефективною та активною [2].

Різновидом SMO-реклами, яка сьогодні активно розвивається, вважаємо соціальний медіа-маркетинг, тобто SMM (Social media marketing). Дія такої реклами дещо відрізняється від вищеописаної, адже якщо SMO спрямована на пошук аудиторії, то SMM-реклама працює так, що користувачі безпосередньо беруть пряму участь у її пошуках. Так, наприклад, поширеним є явище створення груп чи торговельних сторінок у тій чи тій соціальній мережі, а користувачі самі зацікавлені в тому, щоб знайти більш вигідну пропозицію. Отже, такий різновид Інтернет-реклами позначений ще більшою мірою інтерактивності взаємодії реципієнта та реклами.

Однією з найменш поширених технологій актуалізації Інтернет-реклами вважаємо електронну дошку оголошень (BBS), що найбільш наближена до традиційних рекламних дошок оголошень і створюється за тим же принципом, проте має вагому перевагу – економія природних ресурсів, витрачених на виготовлення паперових носіїв [3].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, проаналізувавши методи та технології поширення Інтернет-реклами у світовій Мережі, необхідно відзначити, що сучасність та інтерактивність Інтернету, безперечно, відкриває

багато можливостей для створення та модернізації наявних форматів онлайн-реклами. Наявні тенденції свідчать, що Інтернет-реклама з часом займе провідні позиції в рекламній політиці підприємств та організацій.

Можемо підсумувати, що Інтернет-реклама – один із провідних засобів презентації будь-якого продукту на ринку реклами загалом, яка актуалізується за допомогою досягнень та розвитку інформаційних технологій. На відміну від звичайної реклами вона існує лише в інформаційному просторі на цифрових носіях, тому без активного поширення здобутків інформаційної індустрії її існування унеможлиблюється.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Воронин Я. М. Развитие Интернет-рекламы в системе электронной коммерции: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05; Белгородский университет потребительской кооперации. Белгород, 2008. 24 с.
2. Ілляшенко С.М., Іваницький І.Ю. Аналіз ретроспективного та сучасного стану Інтернет-реклами і можливості напрямки розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 1. С. 57–66.
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетинг. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4. Т. II. С. 64–74.
4. Каптур А.О. Інтернет-реклама: сучасний канал комунікації. Тенденції та перспективи. Інтернаука. 2017. № 8. С. 43–45.
5. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг. К.: Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
6. Щербаківа О. Ю. Реклама в Інтернет-СМІ: принципи функціонування і типологічна характеристика. Вестник ВГУ. Серія «Филологія. Журналістика». 2008. № 2. С. 264–269.
7. The Role of the Head's Management Culture in Creating Economic Enterprise Image in Ukraine / Oksana Khomik, Olena Myshko, Yaroslava Savchuk. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics: Journal SEPIKE. Association 1901 "SEPIKE". – Frankfurt, Deutschland Poitiers, France Los Angeles, USA, 2018. Edition 19. P. 126–129.
8. Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник для студентов. М.: Омега-Л, 2005. 656 с.
9. Дубовик О.В. Концептуальні засади Інтернет-реклами торговельного підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 11. С. 71–76.

УДК 004.94:336.711

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN FORMATION OF NEW TRENDS IN MARKETING ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS

Шевчук І.Б.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Штимпель І.Б.

магістр,
Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті наведено основні можливості використання соціальних мереж для розвитку банківського бізнесу. Окреслено їх вплив на маркетингову діяльність комерційних банків. Досліджено наповненість інформацією сторінок комерційних банків у соціальних мережах. Сформовано рейтинг топ-10 профілів комерційних банків у соціальних мережах за ступенем охоплення користувачів.

Ключові слова: комерційний банк, соціальна мережа, маркетингова діяльність, профіль, веб-сайт, маркетинг у банківській сфері.

В статье приведены основные возможности использования социальных сетей для развития банковского бизнеса. Определено их влияние на маркетинговую деятельность коммерческих банков. Исследована наполненность информацией страниц коммерческих банков в социальных сетях. Сформирован рейтинг топ-10 профилей коммерческих банков в социальных сетях по степени охваченности пользователей.

Ключевые слова: коммерческий банк, социальная сеть, маркетинговая деятельность, профиль, сайт, маркетинг в банковской сфере.

The article presents the main possibilities of using social networks for the development of banking business. Their influence on marketing activities of commercial banks is outlined. The content of the information on the pages of commercial banks in social networks is researched. The rating of top 10 commercial bank profiles in social networks has been formed according to the coverage of users.

Key words: commercial bank, social networking, marketing activity, profile, website, marketing in the banking sector.

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні спостерігається гостра конкуренція між комерційними банками на ринку фінансових послуг. Про це свідчать такі факти. По-перше, кількість новостворених банків з кожним роком зменшується, що є проявом насиченості ринку. По-друге, спостерігається стійке переважаювання банків з акціонерною формою власності, що дає змогу розширювати партнерські зв'язки в банківському бізнесі. По-третє, зі скороченням кількості малих та середніх банків капітал концентрується в найбільших банках, що в перспективі створює основу для збереження міжбанківської конкуренції. За таких умов банки вимушені здійснювати переорієнтацію клієнтоорієнтованих стратегій, головною метою яких є стабільна система комунікацій з клієнтами та задоволення потреб кінцевих споживачів.

Застосування інформаційних технологій у банківському бізнесі дало змогу піднести його на новий рівень розвитку [13]. З'явилися інноваційні кредитні та депозитні банківські продукти, якісно нові технології обслуговування клієнтів, реінжиніринг бізнес-процесів, нові інституціональні форми ведення бізнесу, зокрема модернізація банківських відділень у рамках концепції "the self-service economy" (економіка самообслуговування), безконтактні технології та мобільні платежі, криптотехнології, Big Data, BPM та QlikView-системи (системи єдиного бізнес-процесу), краудфандінг, P2P- та P2B-кредитування, кобрендинг банків та страхових компаній [3, с. 209–213.]. Крім того, диверсифікувався інструментарій маркетингової діяльності комерційних банків можливостями для комунікації та просування банківських послуг у соціальних мережах, різноманітними формами

цифрових каналів для взаємодії зі споживачами та іншими контрагентами на ринку, а саме цифровий мерчандайзинг (система Digital Signage).

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичним і практичним аспектам розробки стратегії та реалізації механізму банківського маркетингу присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких варто виділити напрацювання Т. Амблера, Дж. Бернета, М. Бітнера, Д. Джоббера, Д. Дея, Ф. Котлера, Ж. Ламбена, П. Чевертонна, Д.К. Хамфріза, К. Гренрооса, В. Цайтамла, І. Брітченка, А. Войчака, В. Герасимчука, О. Грищенко, А. Єпіфанова, С. Ілляшенка, Н. Маслової, М. Мируна, А. Нікітіна, І. Парасій-Вергуненко, Л. Романенко, О. Христофорової, О. Солодкої, Н. Шульги, О. Колодізева, В. Біляєвої [3, с. 209–213].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Належно оцінюючи вагомий внесок науковців у дослідження цієї проблематики, зауважимо, що сьогодні залишаються неповною мірою дослідженими питання оцінювання впливу сучасних глобальних соціальних мереж на основні інструменти маркетингової політики банків (налагодження комунікації з клієнтами, оцінка їх платоспроможності (соціальний скоринг) тощо).

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є окреслення перспектив розвитку маркетингових комунікацій у банківському секторі з використанням соціальних мереж, здійснення аналізу наповненості сторінок комерційних банків у соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Посилення конкуренції на ринку банківських продуктів та послуг змушує банки активно впроваджувати інновації під час застосування класичних інструментів маркетингу, а також знаходити нові концепції та інструменти. Останніми роками особливе місце серед елементів маркетингової стратегії банків посідають соціальні мережі. Просування у соціальних мережах як один з ефективних механізмів пошуку потенційних клієнтів та ознайомлення їх з брендом, товарами чи послугами стає невід'ємним елементом розвитку банківського бізнесу.

Як стверджують Ж. Торяник та К. Антимоник, привабливість соціальних мереж полягає в тому, що банки мають можливість [11, с. 219–224]:

- анонсувати нові банківські продукти, прес-релізи, інформувати наявних і потенційних клієнтів про заходи, які можуть бути корисними для них;
- здійснювати моніторинг потенційних клієнтів на стадії підготовки до видання кредиту (оцінити активність, постійність, коло спілкування, характер бізнесу тощо);
- оперативно обмінюватися інформацією між співробітниками банку в режимі онлайн, передавати інструктажі, проводити навчання;
- підвищити частоту відвідування офіційного сайту банку;

- надавати допомогу клієнтам;
- популяризувати банківський бренд, підвищити ступень впізнання фірмового стилю банку;
- проводити рекламні кампанії;
- підтримувати зворотній зв'язок.

М. Веселова звертає увагу на те, що соціальні мережі стали платформою для обговорення багатьох фінансових тем для суспільства, які дають можливість, з одного боку, підвищити рівень фінансової грамотності клієнтів, а з іншого боку, підвищити рівень прозорості банківської системи. Соціальні мережі надають банкам унікальні можливості як для розширення клієнтської аудиторії, так і для вивчення її думки про переваги та недоліки пропонованих банком продуктів. Також дуже цінними можуть виявитися пропозиції банківських клієнтів щодо вдосконалення вже наданих послуг та розроблення нових банківських продуктів. За правильного вибору стратегії просування в соціальних мережах формується ядро лояльних клієнтів банку та користувачів його продуктів, які активно рекомендують їх своїм друзям та знайомим [2, с. 217–222].

Крім того, ставлячи лайки під новинами, фотографіями, імпульсивно підписуючись на групи за інтересами, додаючи ту чи іншу пісню в плейлист, користувач розповідає про себе набагато більше, ніж може здатися на перший погляд [6]. Тому профіль клієнта банку в соціальній мережі може використовуватись комерційними банками для визначення його надійності та платоспроможності. Адже в такий спосіб можна отримати інформацію про те, скільки разів на рік людина їздить відпочивати, які ресторани відвідує, в якому колі спілкується, де живе, на якій машині їздить. Якщо щодня користувач додає в друзі дуже багато людей, то це може свідчити про те, що він веде бізнес в Інтернеті, а ризики з такими позичальниками є вищими. Найчастіше скоринг соціальних мереж стає доцільним тоді, коли в банк приходять абсолютно новий клієнт, у якого немає ні кредитної історії, ні історії транзакцій по рахунках.

Робота комерційних банків у соціальних мережах відбувається за однією з моделей. Перша модель поведінки характерна для великих банків, що мають розвинену мережу відділень та витрачають значні кошти на рекламу банку та його послуги. Соціальні мережі такими банками використовуються переважно для аналізу думки масового споживача про якість наданих послуг. Друга модель поведінки, характерна для невеликих та середніх банків, які завдяки соціальним мережам прагнуть наростити обсяги банківського бізнесу. Найпростішою є третя модель, яка полягає в тому, щоби пустити ситуацію на самоплив. Керівники таких банків, а це приблизно 2/3 діючих вітчизняних банків (невеликих або регіональних), недооцінюють важливість присутності банку в інформаційному просторі соціальних мереж.

Серед основних проблем, які можуть виникнути під час управління маркетинговими комунікаціями в банках з використанням соціальних мереж, А. Батищева відзначає такі [1, с. 358–361]:

1) некоректний вибір соціальних мереж і цільової аудиторії, оскільки багато користувачів соціальних мереж є зареєстрованими відразу в декількох соціальних мережах;

2) недостатня компетентність персоналу банку в роботі із соціальними мережами, що може викликати негативне ставлення цільової аудиторії до банку, отже, привести до погіршення показників його діяльності;

3) важливість регулярності діяльності співробітників банку в соціальних мережах (необхідно постійно оновлювати контент; тривала бездіяльність зменшує зацікавленість цільової аудиторії, яка згодом може перейти в число прихильників конкурентних банків);

4) жорсткість вимог до контенту (маркетингові комунікації банківських продуктів і послуг за допомогою залучення соціальних мереж роз-

глядаються не як основний інструмент для продажів, а як спосіб збільшення лояльності);

5) витримування балансу інформаційного та розважального контенту, інакше банківська інформація буде сприйматися як спам, що призведе до втрати цільової аудиторії;

6) відсутність конвертації «друзів» у споживачів та агентів впливу;

7) можливість отримання банком достатньої кількості користувачів у соціальних мережах, але це може не відобразитись належним чином на його діяльності.

Сучасні глобальні соціальні мережі можна розділити на масові («Facebook», «Twitter», «Instagram» тощо) та спеціалізовані (спеціалізовані спільноти та форуми, сервіси з ведення щоденників і блогів). Кількісний зріз активності вітчизняних комерційних банків у глобальних соціальних мережах «Facebook» та «Twitter» характеризується даними, наведеними в табл. 1. Явними лідерами за кількістю користувачів у соціальних мережах є «Приватбанк», «Ощадбанк» та «ПУМБ Банк».

Таблиця 1

**Топ-10 рейтингу банків у соціальних мережах
(кількість користувачів станом на 9 травня 2018 р.)**

№	Назва банку	“Facebook”	“Twitter”
1	Приватбанк	113 110	144 000
2	Ощадбанк	83 912	388
3	ПУМБ Банк	85 653	3 245
4	УкрСиббанк	35 369	1384
5	Райфайзен Банк Аваль	24 950	307
6	ОТР Банк, Україна	24 373	260
7	Альфабанк	21 639	2 598
8	Кредобанк	11 923	147
9	Platinum Bank	5 455	1558
10	Укрексімбанк	783	135

Джерело: побудовано авторами за даними [4; 5; 7–10; 12]

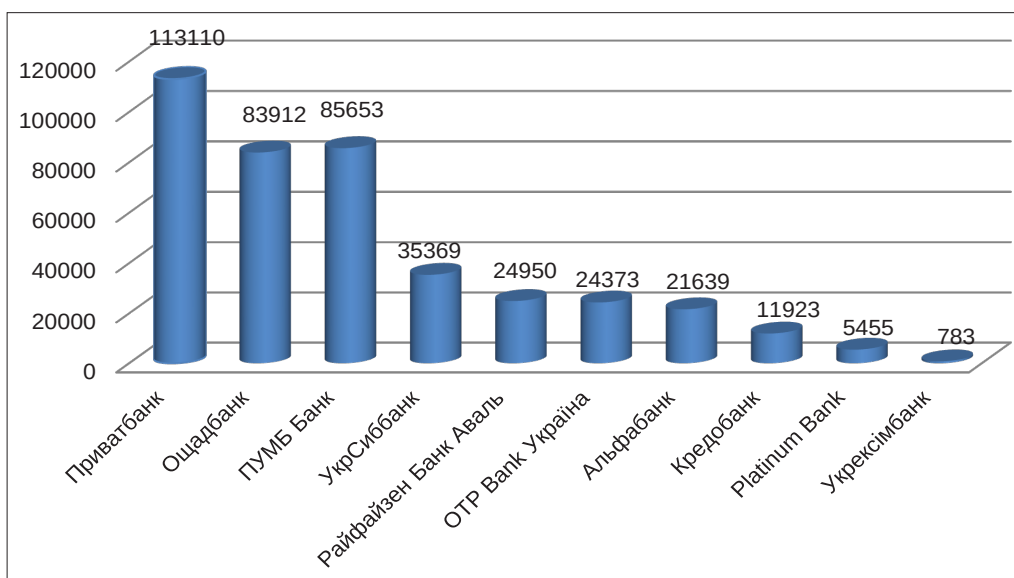


Рис. 1. Рейтинг відвідування сторінок українських банків у “Facebook”

Джерело: побудовано авторами за даними [4; 5; 7–10; 12]

Слід звернути увагу на те, що такі банки, як «Райфайзен Банк Аваль», «ОТР Банк Україна», «Кредобанк» та «Укрексімбанк», активними є тільки в мережі «Facebook». Розрив між банками за ступенем охоплення користувачів у «Facebook» становить 144 рази між «Приватбанком» та «Укрексімбанком» (рис. 1), а у «Twitter» – 1 067 рази між «Приватбанком» та знову «Укрексімбанком» (рис. 2).

За ступенем охоплення користувачів та багатьма іншими параметрами можна оцінити, наскільки якісно побудована робота з клієнтами

в соціальних мережах, наскільки уважно банк ставиться до нових каналів обслуговування користувачів тощо. Для цього існують спеціальні технічні засоби, зокрема безкоштовний аналітичний інструмент аналізу потенціалу сторінок у «Facebook» – «Likealyzer». За його допомогою здійснено аналіз профілю «Приватбанку» в цій соціальній мережі (рис. 3).

Головна сторінка (FRONTPAGE) має 100%. Зображення профілю та обкладинка – це ключові аспекти сторінки «Facebook». Вони здійснюють перше візуальне враження на користувачів (рис. 4).

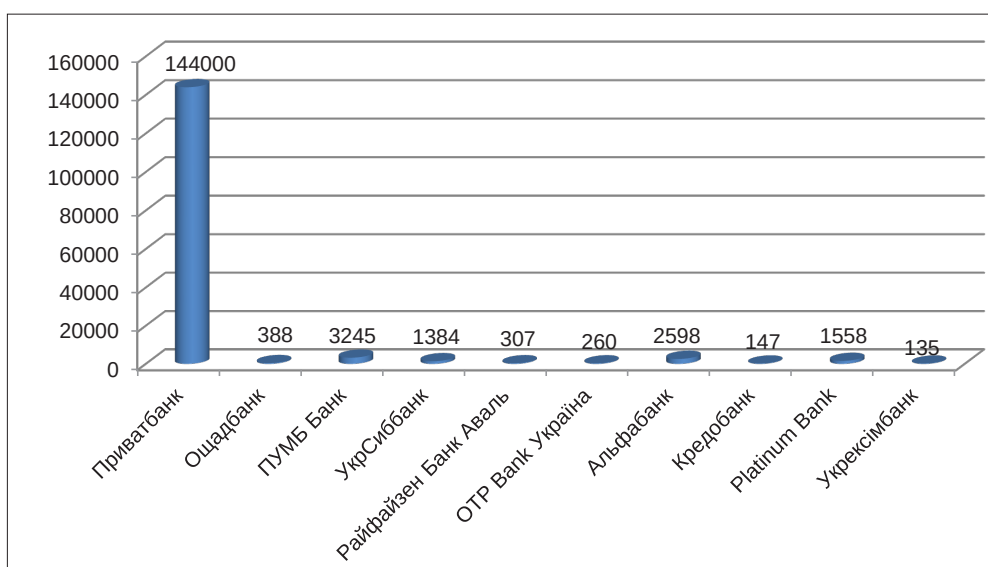


Рис. 2. Рейтинг відвідування сторінок українських банків у «Twitter»

Джерело: побудовано авторами за даними [4; 5; 7–10; 12]

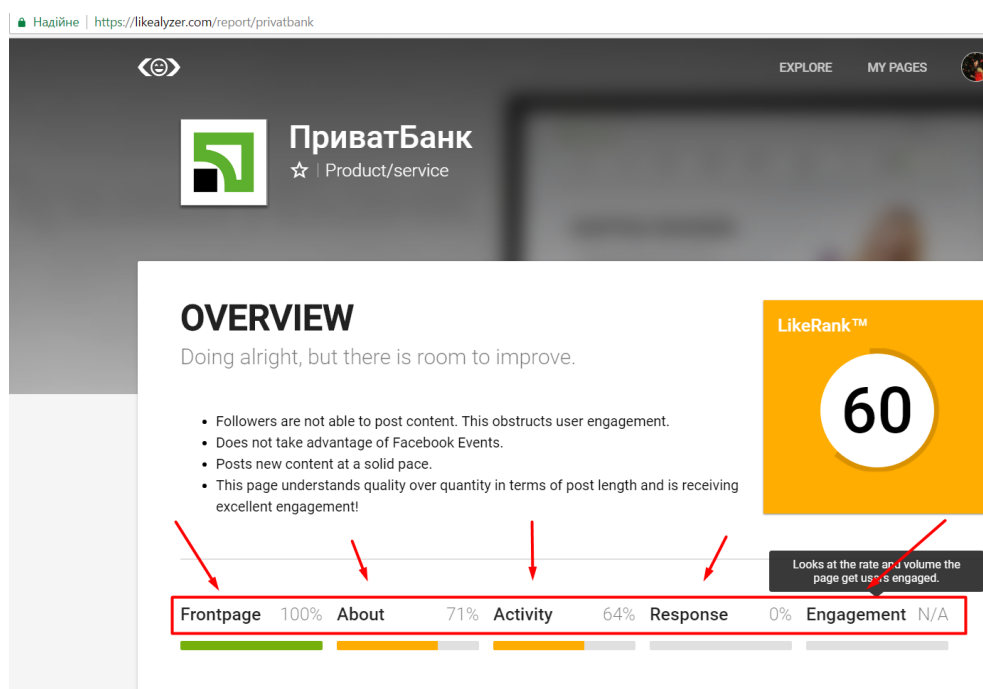


Рис. 3. Сторінка «Приватбанку» завантажена в програму «Likealyzer»

Надійшло | <https://likealyzer.com/report/privatbank>

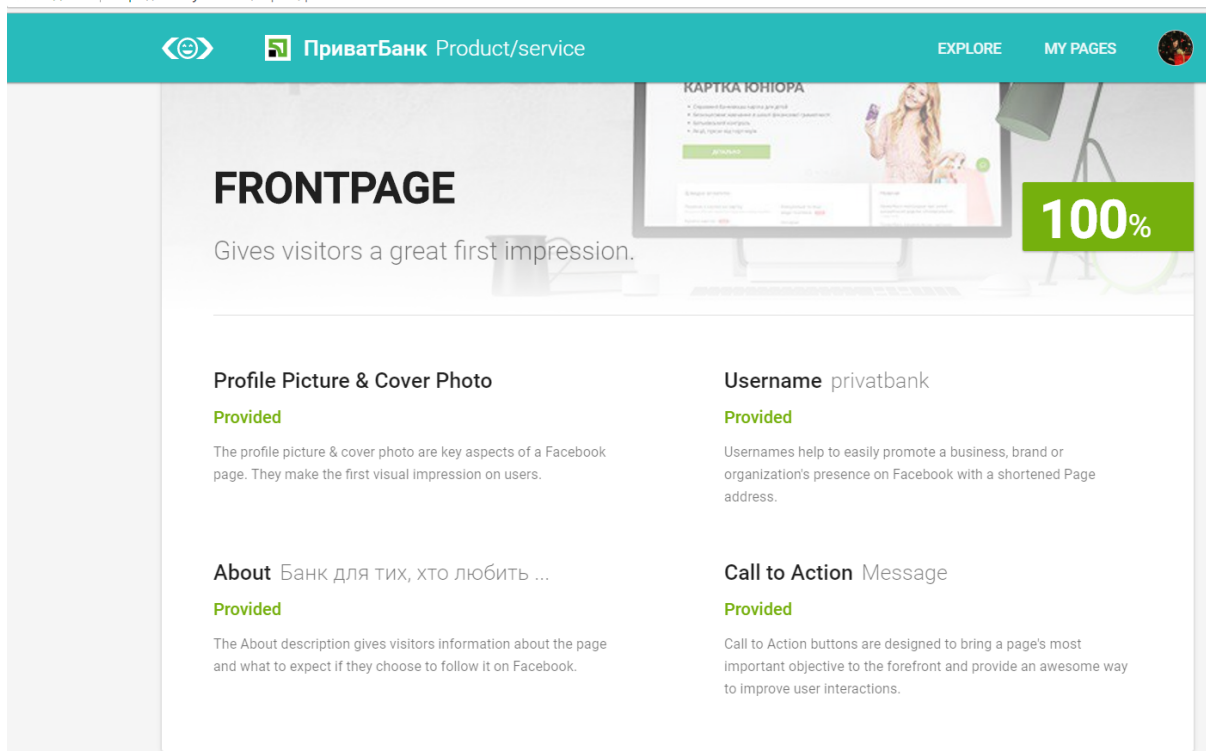


Рис. 4. Головна сторінка «Приватбанку» у «Facebook»

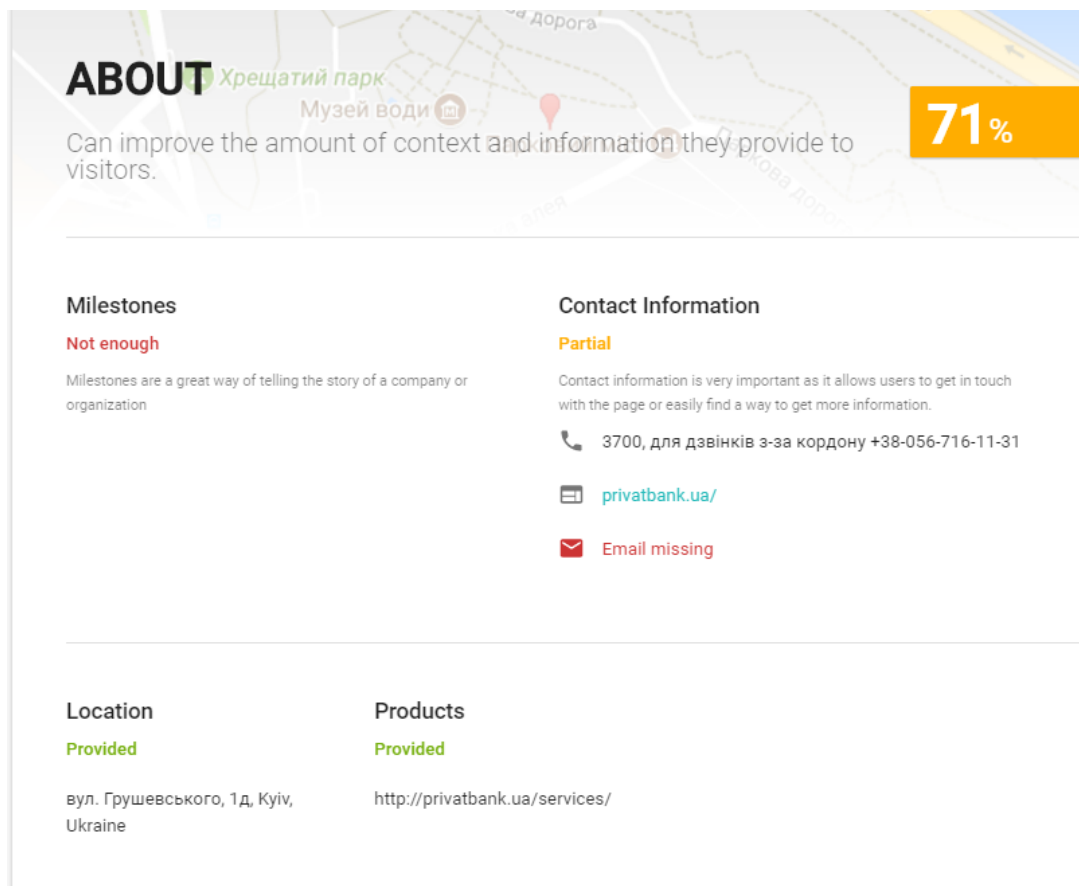


Рис. 5. Контактні дані «Приватбанку»

ACTIVITY

Some activity but leaves followers wishing for more.

64%

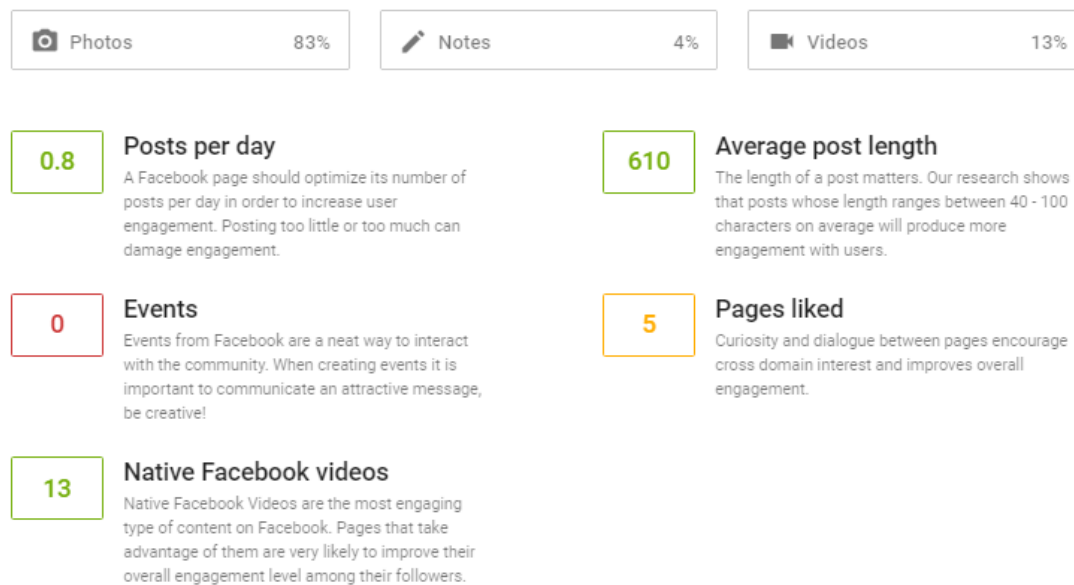


Рис. 6. Активність сторінки «Приватбанку» у «Facebook»

Параметр «Про Приватбанк (About)» оцінено в 71%, що вказує на недостатню наповненість сторінки. Можна покращити кількість контексту та інформації, яка надається відвідувачам для налагодження контактів з банком (рис. 5).

Параметр «Активність сторінки (ACTIVITY)» має 64%, що є досить низьким (рис. 6):

- фотографій на сторінці мають 83%;
- примітки – 4%;
- відео – 13%;
- повідомлення за день – 0,8.

Потрібно збільшити кількість повідомлень на день, щоби підвищити зацікавленість користувачів. На момент аналізу сторінка «Приватбанку» сподобалась 5 користувачам.

Відповідність сторінки (RESPONSE) не є задовільною, оскільки користувачі не можуть опублікувати свої пости (рис. 7). Зняття обмежень для користувачів на публікації на сторінці є першим кроком у збільшенні взаємодії між банком та клієнтами.

Взаємодія (ENGAGEMENT). Протягом останніх семи днів 1 295 клієнтів заходили на сторінку «Приватбанку» у «Facebook». Сторінка сподобалась 101 619 клієнтам.

Відсоток залучення сайту «Приватбанку» у «Facebook» становить 1% (рис. 7). Розраховується шляхом ділення відвідувань сторінки протягом семи днів на загальну кількість лайків та множення на 100%.

Аналогічним чином у програмі «Likealyzer» проаналізовано топ-5 сторінок українських

комерційних банків у «Facebook». Результати аналізу наведено в табл. 2.

Висновки. Переважно контент і методи просування банків у соціальних мережах орієнтовані на клієнтів фізичних осіб. При цьому більша частина комерційних банків використовує соціальні мережі переважно для безпосереднього інформування про свої продукти та послуги. Значно менше є таких банків, що прагнуть за допомогою соціальних мереж побудувати відносини з клієнтами, формувати їх лояльність. Для цього проводяться різні акції, пропонуються до обговорення новини, цікаві матеріали, спеціалісти відповідають на питання учасників групи в соціальній мережі тощо. Серед банків, що функціонують на ринку банківських послуг України, найбільшою популярністю в соціальних мережах, зокрема «Facebook», користуються «Приватбанк», «Ощадбанк» та «ПУМБ Банк».

Попри низку позитивних моментів використання соціальних мереж, у маркетинговій діяльності банків існують певні ризики. Це можливість здійснення піар-атак недоброзичливців та конкурентів на сторінку банку, нанесення шкоди репутації банку через неформальне спілкування в соціальних мережах, витік конфіденційної інформації, якою можуть скористатися конкуренти. Та найголовнішим ризиком є завищення очікувань від соціальної мережі на зростання кількості клієнтів банку та обсяг реалізованих серед них банківських послуг.

Таблиця 2

Аналіз наповненості сторінок комерційних банків у соціальній мережі "Facebook"

Назва банку	Приватбанк	Ощадбанк	ПУМБ Банк	УкрСиббанк	Райфайзен Банк Аваль
Головна сторінка (FRONTPAGE)	100%	100%	100%	100%	100%
Про банк (About)	71%	94%	94%	68%	90%
Контактна інформація	Телефон: 3700 з мобільного; для дзвінків з-за кордону: + 38-056-716-11-31; веб-сайт: privatbank.ua; електронна пошта відсутня; місце знаходження: вул. Грушевського, 1д, Київ, Україна.	Телефон: 0 800 210 800; веб-сайт: oschadbank.ua; електронна пошта: contact-centre@oschadbank.ua.	Телефон: +38 044 290 7 290; веб-сайт: pumb.ua; http://twitter.com/pumbua, http://linkd.in/PUMB-FUIB, http://vk.com/pumbua, http://google.com/+pumbua, http://foursquare.com/pumbua, http://youtube.com/pumbua; електронна пошта: smm@fuib.com; адреса: вул. Андріївська, 4, Київ, Україна, 04070.	Телефон: 729 (безкоштовно з мобільних); 0 800 505 800 (безкоштовно в межах України); 380 44 590 06 90 (для міжнародних дзвінків); веб-сайт: pu.ukrsibbank.com; електронна пошта: info@ukrsibbank.com.	Телефон: 0 (800) 500-500; веб-сайт: avai.ua; електронна пошта: info@avai.ua.
Відповідність сторінки (RESPONSE)	Не є задовільною, 0%	Не є задовільною, 0%	100%	78%, частота відповідей становить 80,49%, час реакції на відповідь клієнту становить 7 годин	100%
Активність сторінки (ACTIVITY)	64 %: кількість фотографій на сторінці оцінюється у 83%; примітки – 4%; відео – 13%; опублікування постів за день – 0,8; середня довжина постів становить 610 символів; подій від "Facebook" на сторінці – 0; відео на "Facebook" – 13.	64%: кількість фотографій на сторінці оцінюється у 85%; примітки – 2%; відео – 12%; опублікування постів за день – 1,4; середня довжина постів становить 536 символів; подій від "Facebook" на сторінці – 0; відео на "Facebook" – 25.	57%: кількість фотографій на сторінці оцінюється у 67%; примітки – 4%; відео – 29%; опублікування постів за день – 0,8; середня довжина постів становить 542 символи; подій від "Facebook" на сторінці – 0; відео на "Facebook" – 25.	93%: кількість фотографій на сторінці оцінюється у 91%; примітки – 3%; відео – 6%; опублікування постів за день – 1,1; середня довжина постів становить 470 символів; подій від "Facebook" на сторінці – 5; відео на "Facebook" – 20.	64%: кількість фотографій на сторінці становить 68%; примітки – 11%; відео – 5%; опублікування постів за день – 0,6; середня довжина постів становить 570 символів; подій від "Facebook" на сторінці – 19; відео на "Facebook" – 12.
Взаємодія (ENGAGEMENT)	Протягом останніх семи днів 1 295 клієнтів заходили на сторінку. Сторінка сподобалась 101 619 клієнтам.	Протягом останніх семи днів 4 560 клієнтів заходили на сторінку. Сторінка сподобалась 78 842 клієнтам.	Протягом останніх семи днів 797 клієнтів заходили на сторінку. Сторінка сподобалась 86 396 клієнтам.	Протягом останніх семи днів 3 407 клієнтів заходили на сторінку. Сторінка сподобалась 31 365 клієнтам.	Протягом останніх семи днів 700 клієнтів заходили на сторінку. Сторінка сподобалась 24 303 клієнтам.
Відсоток залучення клієнтів	1	6	1	11	3

Джерело: побудовано авторами за даними [4; 5; 7–10; 12]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Батищева А. Перспективы развития маркетинговых коммуникаций в банковском секторе с использованием социальных сетей. Молодой ученый. 2015. № 21. С. 358–361. URL: <https://moluch.ru/archive/101/22958>.
2. Веселова М. Нові тенденції маркетингової діяльності комерційних банків: зарубіжний досвід. Сталий розвиток економіки. 2014. № 3. С. 217–222.
3. Колодізев О., Біляєва В. Формування клієнтських відносин із банком на засадах маркетингу в сучасних умовах. Бізнес-Інформ. 2016. № 3. С. 209–213.
4. Ощадбанк. URL: <https://likealyzer.com/report/oschadbank>.
5. Приватбанк. URL: <https://likealyzer.com/report/privatbank>.
6. Профиль заемщика. Как поведение в социальных сетях может снизить ставку по кредиту. URL: <http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/353331-profil-zaemshchika-kak-povedenie-v-socialnyh-setyah-mozhet-snizit-stavku>.
7. Профіль Приватбанку у “Facebook”. URL: <https://www.facebook.com/privatbank>.
8. Профіль Укресімбанку у “Facebook”. URL: <https://www.facebook.com/Ukrexim>.
9. Профіль Укрсиббанку у “Facebook”. URL: <https://www.facebook.com/ukrsibbank>.
10. Райффайзен Банк Аваль. URL: <https://likealyzer.com/report/raiffeisenua>.
11. Торяник Ж., Антимоник К. Нові тенденції банківського маркетингу: вітчизняний і зарубіжний досвід. Вісник Університету банківської справи Національного банку України. 2013. № 1 (16). С. 219–224.
12. Укрсиббанк. URL: <https://likealyzer.com/report/ukrsibbank>.
13. Шевчук І., Васьків О. Теоретичні аспекти розвитку і застосування інформаційних технологій в економіці та управлінні: мезо- та мікрорівень. Автоматизация и информационные технологии – от постановки до ввода в эксплуатацию: монография / авт. кол.: В. Аникин, Р. Аюпов, О. Батенькина и др. Одесса: Куприенко С.В., 2013. 216 с.

УДК 339.13.021:629.33-027.63(477)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE NATIONAL AUTOMOTIVE INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION PROCESSES

Прушківська Е.В.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародні економічні відносини,
Запорізький національний технічний університет

Варнавський О.Д.

магістр кафедри міжнародні економічні відносини,
Запорізький національний технічний університет

В статті виокремлено основні світові лідери з виробництва автомобілів та встановлено місце України серед них. Проаналізовано об'єми та структуру випуску автомобілебудування. З'ясовано, що в Україні існує значний взаємозв'язок між обсягами виробництва автомобілів, державними дотаціями в цю галузь та часткою автомобільної промисловості в структурі ВВП нашої країни. Висвітлено проблему домінування продажів імпортованих автомобілів над українськими. Акцентовано на основних законодавчих нормах автомобільної промисловості 2017 року. Визначено можливість покращення стану автомобільної галузі України під впливом тенденцій світового розвитку, а саме регіоналізації, глобалізації, імплементації українського законодавства.

Ключові слова: автомобільна промисловість, автомобільні категорії, банківське кредитування, експортно-імпортні операції, державні дотації, «євробляхи», Всеукраїнська асоціація автомобільних імпортерів і дилерів.

В статье выделены основные мировые лидеры по производству автомобилей та определено место Украины среди них. Проанализированы объемы и структура выпуска автомобилестроения. Установлено, что в Украине существует значительная взаимосвязь между объемами производства автомобилей, государственными дотациями в эту отрасль и долей автомобильной промышленности в ВВП нашей страны. Освещена проблема доминирования продаж импортных автомобилей над украинским. Акцентировано на основных законодательных нормативах автомобильной промышленности 2017 года. Определена возможность улучшения состояния автомобильной отрасли Украины под влиянием тенденций мирового развития, а именно регионализации, глобализации, имплементации украинского законодательства.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, автомобильные категории, банковское кредитование, экспортно-импортные операции, государственные дотации, «евробляхи», Всеукраинская ассоциация автомобильных импортеров и дилеров.

The main world leaders in the production of cars are identified in this article and the place of Ukraine among them is determined. The volume and structure of output of automotive industry are analyzed. It is established that in Ukraine there is a significant relationship between the production of cars, government subsidies in this industry and the share of the automotive industry in the GDP of our country. The problem of the domination of sales of imported cars over Ukrainian is highlighted. It is accentuated on the basic legislative norms of the automotive industry in 2017. The possibility of improving the state of the automotive industry in Ukraine under the influence of world development trends, namely, regionalization, globalization, and implementation of Ukrainian legislation has been determined.

Key words: automotive industry, automobile categories, bank crediting, export-import operations, state subsidies, «euroblocks», All-Ukrainian Association of Automobile Importers and Dealers.

Постановка проблеми. У загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В процесі формування єдиного світового простору важливого значення набуває глобалізація, що торкається майже всіх сфер людської діяльності. Глобалізаційні процеси охопили

політичну, економічну, виробничу сфери, а також соціально-культурне життя людства. Значною мірою глобалізація впливає і на світовий автомобільний ринок у вигляді зміщення виробництва автомобілів та експорту технологій з розвинених до третіх країн світу, зміни географічної струк-

тури виробництва кінцевих продуктів та комплектуючих до них. Сьогодні в країні з транснаціональною економікою зайшли іноземні автомобільні компанії з метою лише збору імпортованих автомобілів, не винятком стала й Україна. Слід зауважити, що в командно-адміністративній економіці національна автомобільна галузь була монопольною. Під впливом ринкових відносин відбулися зміни та українська автомобільна промисловість обрала стратегію – кооперацію з іноземними виробниками. Ці зміни спровокували орієнтацію підприємств лише на збір імпортованих автомобілів та суцільну деградацію автомобільного виробництва. Тому дослідження сучасних тенденцій автомобільної галузі є актуальним питанням як у сфері виробництва, так і у сфері продажів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Трансформації на світовому ринку автомобільної галузі набули значного розвитку та знайшли своє відображення у наукових працях та дослідженнях таких зарубіжних вчених як: Дж. Ван Бісбрек, Г. Герреффі, Т.Б. Крістенсен [1], Ж. П. МакДуффі [2], О. Мемедович [3], Т. Осетер, Дж. Хамфрі [3], А.Шульце [2] та інших. Серед українських науковців значний внесок у теоретичні та практичні дослідження розвитку автомобільної галузі належить Н.Е. Бодровій, К.П. Булатовій [4], Б.М. Данилишину, Т.Ю. Ладубі [5], П.В. Пронозі [6], Р.Р. Рифяку, О. Собкевич та іншим.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на значну кількість наукових праць, існує потреба у всебічному дослідженні національної автомобільної галузі, а також виокремленні її місця та ролі у загальному економічному розвитку країни. Оскільки у сучасних умовах глобалізації та інтеграції структурні зрушення на світовому ринку автомобільної галузі формують виклики українській автомобільній промисловості, що потребують нових досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у виокремленні

тенденцій розвитку національного автомобільного ринку в умовах глобалізаційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Автомобільна галузь є однією з найважливіших в економіці нашої держави. Пріоритетність розвитку автомобілебудівної галузі України, як складової частини машинобудівного виробництва, полягає в можливості його впливу на економічний стан інших галузей, забезпечення стійкого зростання зайнятості населення, підвищення товарообігу, створення умов прогресивної інтеграції у міжнародне економічне суспільство. Сьогодні національна автомобільна галузь представлена такими українськими заводами як: PrJSC «EUROCAR», JSC «ZAZ» (Zaporizhia Automobile Building Plant), JSC «Cherkassy Bus», Etalon Corporation: PJSC «Chernihiv autoplant», BOGDAN Corporation та PJSC «Chasiv Yar Buses Plant» (рис. 1). Ватро зазначити, що у 2017 році лідируючі позиції з виробництва легкових автомобілів здобув PrJSC «EUROCAR» (5 559 автомобілів). Разом з тим на особливу увагу заслуговує JSC «ZAZ». Саме на цьому підприємстві в 2017 році дотримувалась певна пропорція випуску автомобілів різних категорій (Cars – 985 од., CV – 419 од., Buses – 36 од.), що свідчить про широку спеціалізацію даного автомобільного заводу. Що стосується структури виробництва інших заводів, то JSC «CherkassyBus» в 2017 році випустив вантажні автомобілі (4 од.) та автобуси (324 од.), Etalon Corporation: PJSC «Chernihiv autoplant», BOGDAN Corporation та PJSC «Chasiv Yar Buses Plant» займалися виробництвом лише автобусів у кількості 158, 87 та 82 автомобілі відповідно.

У цьому контексті слід зауважити, що в Україні спостерігається істотний спад виробництва в усіх автомобільних групах. Аналіз за останні 10 років показав, що найбільші обсяги виробництва легкових автомобілів було зафіксовано в 2008 році з подальшим падінням на 335 153 од. в 2009 році. В 2011 році простежувалась позитивна динаміка виробництва цієї категорії автомобілів (зростання на 32,73% в порівнянні з 2009 роком), з наступ-

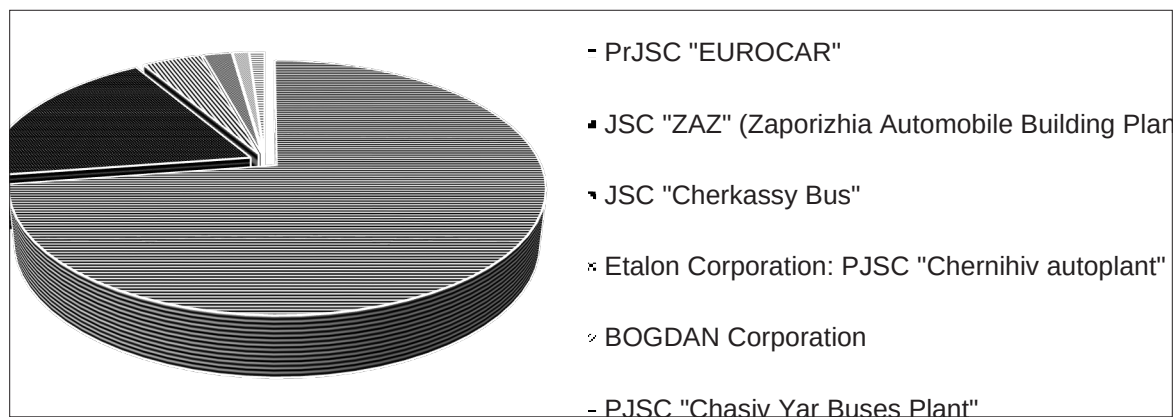


Рис. 1. Структура виробництва автомобільної промисловості України за виробниками в 2017 році, од. [7]

ним падінням в 2012-2016 роках. Варто зазначити, що в 2017 році спостерігалось зростання обсягів легкових автомобілів в порівнянні з попереднім періодом (на 33,68%, або на 2 204 од.) [7]. Схожа тенденція прослідковувалась в усіх автомобільних категоріях (рис. 2).

Сьогодні серед головних причин спаду виробництва доцільно виділити падіння виробництва, низьку якість продукції, застарілі технології, відсутність фінансових ресурсів, продаж автомобілів у кредит і, як наслідок, зменшення обігових коштів, кризові процеси в економіці та проблеми доступу підприємств до «довгих» ресурсів, необхідних для відновлення та удосконалення виробництв у відповідності з сучасним рівнем запитів інвесторів. Відтак гальмується ефект приросту капітальних інвестицій для сектору машинобудування. Тому першість у розвитку мають підгалузі, у яких усталені ланцюги фінансування через місткі ринки, вертикальну інтеграцію чи програми бюджетного фінансування.

Разом з тим, серед факторів, що перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності підприємств автомобільної промисловості у сучасних умовах, насамперед варто виділити економічні

(нестача власних коштів), надмірні витрати на нововведення, недостатня фінансова підтримка з боку держави, високі економічні ризики, недосконалість законодавчої бази, тривалий термін окупності нововведень, відсутність достатніх коштів у замовників та інші. Крім того, на увагу заслуговують такі причини, як відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями, нерозвиненість інформаційної бази про нові технології та ринки збуту, відсутність кваліфікованого персоналу, слабка сприйнятливості підприємств і фірм до нововведень, відсутність належного попиту на інноваційну продукцію.

У зв'язку з цим від автомобільних підприємств України сьогодні вимагається динамічний економічний розвиток на основі інновацій, глибокої та комплексної модернізації економіки та суспільства в цілому, що відчутно позначиться й у автомобільній галузі. Вирішення окреслених вище проблем та введення інновацій в цю сферу дозволить вивести українську автомобільну промисловість на якісно новий національний та міжнародний рівні. У цьому контексті доцільно розглянути місце автомобільною промисловості України серед різних країн світу (рис. 3).

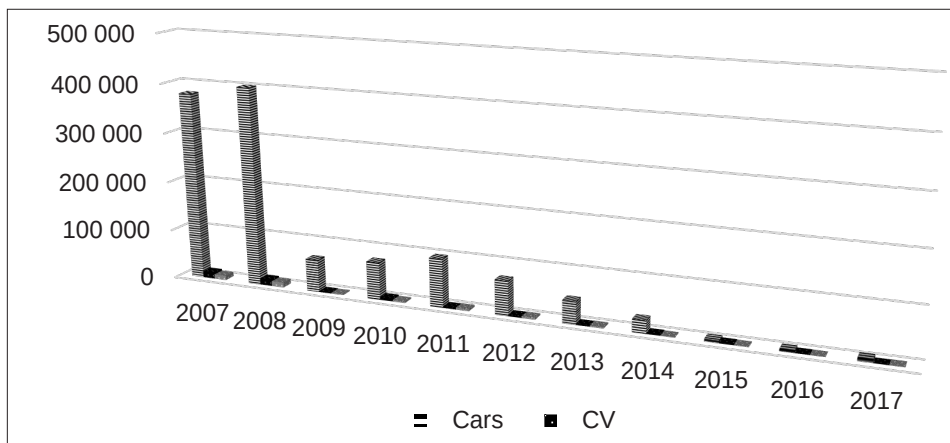


Рис 2. Автомобільна промисловість України за останні 10 років, од. [7]

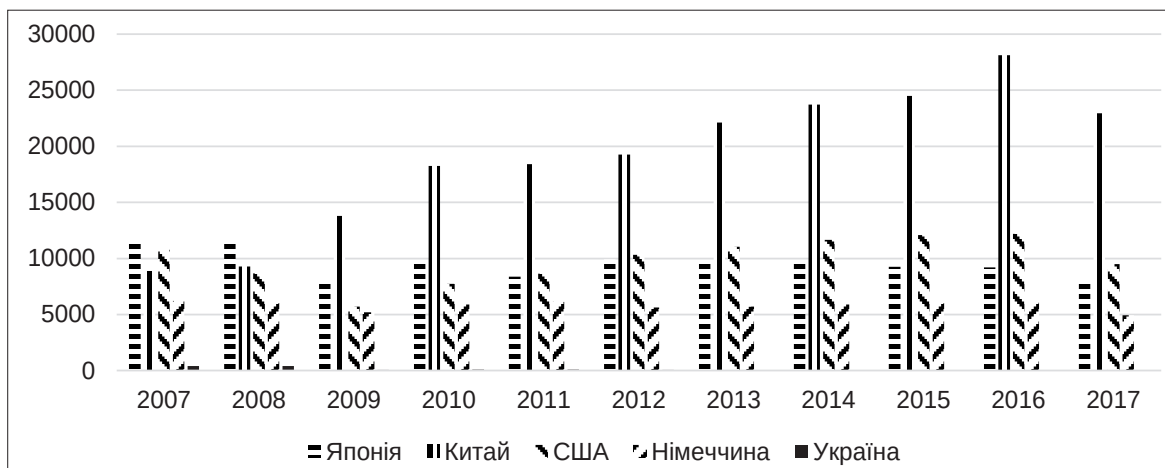


Рис. 3. Виробництво автомобілів світовими лідерами автопрому та Україною за останні 10 років, тис. од. [8]

Як видно кількість вироблених в Україні автомобілів значно нижча, ніж в інших країнах. Так в 2017 році лідируючі позиції з досліджуваних країн посів Китай (обсяг виробництва склав 22 952 тис. од). Значні обсяги виробництва також спостерігались в США (9 519 тис. од.), Японії (7 841 тис. од.) та Німеччині (4 934 тис. од.). Аутсайдером стала Україна з обсягом близько 8 тис. автомобілів.

За даними Міжнародної організації виробників автомобілів в 2017 році Україною було випущено 7 654 автомобіля, що на 2 390 автомобілів (або на 45,4%) перевищує показник 2016 року. Незважаючи на відчутне зростання всередині країни, це найнижчий показник рейтингової таблиці 40 країн-виробників. Навіть розрив з 39-им місцем (Єгипет – 36 640 автомобілів) був занадто великим. За останні 10 років автомобільна промисловість України набула спадаючого тренда. З достатньо високих показників 2007 року 402 591 автомобіля зменшився до 7 654 одиниць в 2017 році. Варто зауважити, що аутсайдерські позиції автомобільної галузі нашої країни є не виправданими. Україна має значні ресурси та великий потенціал до розвитку. Але на сучасному етапі автомобілебудування в Україні потерпає від недостатнього обсягу інвестицій та недоцільного використання коштів. Наша автомобільна промисловість не встигає за іноземними аналогами у розвитку технологій. Застаріле обладнання і способи виробництва призводять до низької якості продукції, до її високої собівартості, а отже і низької конкурентоспроможності.

Внаслідок падіння ринку автомобілебудівні підприємства змушені оптимізувати витрати в тому числі і за рахунок скорочення чисельності працюючих, хоча для забезпечення належного попиту на продукцію на внутрішніх і зовнішніх ринках підприємствам необхідно впроваджувати інноваційну модель розвитку, використовуючи новітні технології та інвестуючи значну кількість коштів, які б дозволили модернізувати підприємства та втілити нові технології у життя.

Сьогодні чіткої стратегії підтримки української автомобільної галузі немає. Але на Західній Україні активно практикується проведення форумів між виробниками, інвесторами (закордонними та національними) і представниками держави для досягнення спільних цілей та розвитку автомобільної галузі країни, а саме: стимулювання національної автомобільної промисловості (розвитку автомобільної індустрії, зокрема індустріальних парків), робота над усуненням умовного протекціонізму бувших у вжитку автомобілів, обговорення доцільності зростання виробництва автомобільних компонентів. З одного боку це позитивне явище, що дозволяє розгорнути виробництво, збільшити зайнятість, підняти рівень життя населення, припинити надходження до державного бюджету. Але відсутність кінцевого продукту форматує та

обмежує розвиток автомобільної галузі України. Сьогодні необхідна чітка державна координація на користь національного виробника з метою сприяння кооперації та підвищення конкурентоздатності автомобільної галузі.

Ключову роль у становленні національної автомобільної промисловості у країнах, що розвиваються, грає держава та його підтримка у створенні необхідної інфраструктури, розвитку національних інноваційних систем, формуванні загальнонаціональної та галузевої промислової політики. Другими проявами державного втручання є оподаткування та залучення іноземних інвестицій, особливо у разі проведення стратегії заміщення імпорту. Макроекономічна політика може стримувати або стимулювати зростання в галузі також з допомогою фінансових інструментів. Важливу роль у розробці регіональної промислової політики грають і місцеві влади, створюючи умови для формування промислових районів і кластерів [9]. У цьому контексті доцільно виокремити прями та опосередковані методи державного регулювання автомобільної галузі. Прямі методи державного регулювання безпосередньо впливають на функціонування суб'єктів ринку. Такий вплив здійснюється за допомогою інструментів адміністративно-правового характеру, які регламентують діяльність суб'єктів господарювання, та економічних інструментів прямого впливу. Вони спрямовані на регулювання темпів зростання обсягів та структури економіки, обсягів виробничого та невиробничого споживання, масштабів діяльності суспільного сектору економіки та ін. Основними інструментами прямого державного регулювання є: нормативно-правові акти, обов'язкові для виконання завдання макроекономічних планів і державних цільових програм, державні замовлення, централізовано встановлені ціни, нормативи, стандарти, ліцензії, квоти, державні бюджетні витрати, ліміти і т. д.

В свою чергу, методи непрямого регулювання регламентують поведінку суб'єктів ринку не прямо, а опосередковано, через створення певного економічного середовища, яке змушує їх діяти у потрібному державі напрямі. Опосередковане регулювання — це вплив на економічні інтереси. Держава втілює в життя свої рішення на підставі мотивації. У даному контексті мотивація — це процес спонукання суб'єктів ринку до діяльності в напрямі державних пріоритетів. Важливу роль у світі за останні роки відіграє прийняття законодавчих норм «забороненого» технологічного регулювання. Так, у США прийнято рішення про зниження питомої ваги шкідливих викидів автомобілів в атмосферу, що змушує автомобільні корпорації вдосконалювати якість автомобілів.

В свою чергу, в Китаї автомобільні заводи знаходяться під безпосереднім контролем міністерства автомобільної промисловості. Китайська держава проводить чітку протекці-

оністську політику. Китай завжди наполягав на обмеженні частки іноземного капіталу в СП рівнем не більше 50% (за винятком виробництва комплектуючих, де можливим було його 100%-а участь). Незважаючи на жорсткий тиск в період переговорів про вступ країни до СОТ, уряд не поступився в цьому питанні і залишив за собою більше простору для маневру. Важливо, що держава Китаю постійно демонструє бажання вдосконалювати автомобільну промисловість, вносячи зміни в промислову політику. Тому іноземні інвестори, приходячи на китайський ринок, дотримувалися різних стратегій. Так, компанія «Volkswagen» створила в Шанхаї СП в співвідношенні 50:50, що дало їй можливість робити істотний вплив на роботу підприємства. Навпаки, компанія «Peugeot» в своєму СП мала тільки 25% акцій і не здатна була здійснювати власну корпоративну стратегію, а також змушувати свого китайського партнера виконувати зобов'язання по інвестиціям [9]. У всіх випадках держава мала великий вплив на розвиток і зростання бізнесу в галузі (за допомогою кредитної політики і регіонального регулювання, забороняючи, наприклад, продажі компанії «Citroen» в Шанхаї, де ринок контролювався СП SAIC-VW. Однак на шляху успішної реалізації цієї політики, як свідчать експерти, існують об'єктивні перешкоди: занадто сильний контроль з боку провінційних і місцевих органів влади, зацікавлених в розвитку автомобільної промисловості на своїй території, а також надмірна присутність на ринку іноземних автомобільних компаній [9]. Ці фактори будуть стримувати можливість розвитку китайської промисловості за зразком японської або південнокорейської з такими глобальними корпораціями, як «Toyota» або «Hyundai».

В Індії на дореформеному етапі експансія приватних компаній автомобільного сектора була обмежена державою. Це змушувало індійські компанії протягом майже 40 років диверсифікувались, наслідком чого стало формування олігопольних конгломератів. Для таких конгломератів була характерна міграція з близьких галузей (виробництво велосипедів, машин для комунального господарства та ін.) в автомобільну промисловість.

Такі диверсифіковані промислові групи з легкістю могли концентрувати величезні накопичені запаси коштів на розвиток стратегічних секторів: автомобілебудування («Mahindra & Mahindra»), виробництва сталі та автомобілів. Міжгалузевий перелив капіталу, концентрація на певних сферах бізнесу дозволяють швидко просуватися вгору по ланцюжку доданої вартості, здійснюючи масовані капіталовкладення. Роль держави все більше зводиться до децентралізованих форм підтримки. Наприклад, надання земельних ділянок, як у випадку з урядом штату Карнатака, який надав таку ділянку для спільних підприємств (СП) японської компа-

нії «Toyota» та індійської місцевої промислової групи «Kirloskar».

СП в Індії не є жорсткими конструкціями, як в Китаї. Вони можуть відрізнитися за структурою партнерства, технічним рівнем його учасників, особливостями вкладу партнерів в капітал підприємства і формами володіння землею. Індійський партнер в СП не завжди виступає основним інвестором. Є випадки, коли індійський учасник володіє лише 1% активів спільного підприємства (наприклад, «Kirloskar» в СП з «Toyota»); цей індійський машинобудівний конгломерат отримує вигоду від СП за рахунок ефекту кластеризації і використання західних технологій у виробництві свого промислового обладнання). Деякі СП приймають форму «платформної стратегії», де кооперація дозволяє іноземній компанії використовувати потужності індійського партнера без спільних з ним дій (наприклад, виробництво моделі «Logan» французької компанії «Renault» на заводі «Mahindra & Mahindra»). Індійські компанії намагаються зайняти ніші в специфічних маломасштабних сегментах ринку з високим експортним потенціалом, інвестуючи в покупку іноземних компаній і технологій. В даний час 20% цього ринку зайнято малими компаніями, число яких досягає 6 тис. Незважаючи на значну роль малого бізнесу, рівень концентрації виробництва в цій сфері досить високий: на 400 найбільших компаній припадає 85% всього обсягу виробництва. Індійська автомобільна промисловість і галузь з виробництва автомобільних компонентів посилено інтегруються в міжнародні ланцюжка доданої вартості. Приймаються міжнародні стандарти якості, виробництво концентрується в кількох кластерах, щоб забезпечити безперервність поставок споживачам. Одночасна присутність в кластерах декількох автовиробників забезпечує зовнішній ефект необхідний для виробників компонентів.

Права інтелектуальної власності в Індії захищені досить добре, що сприяє формуванню стратегічних альянсів - наприклад, між «M & M» і «Renault-Nissan» або між «Tata» і «Fiat». Міжгалузевий синергетичний ефект, який забезпечують індійські диверсифіковані групи і конгломерати, прискорює процес технологічного налагодження співпраці [9]. Характерним прикладом цього є взаємодія двох підрозділів групи «Tata» - «Tata Motors» і «Tata Steel» - в розвитку нових моделей автомобілів після поглинання групою «Tata» британської металургійної корпорації «Corus» і використання її технологічних ноу-хау в автомобільній промисловості.

Також доцільно розглянути досвід автомобільної галузі Бразилії. Ця країна є типовий приклад латиноамериканської моделі розвитку автомобільної промисловості. Як і в Китаї, тут держава керувалося стратегією імпортозаміщення. Розмір внутрішнього ринку Бразилії залучав інвестиції транснаціональних автомобіль-

них корпорацій. Вони здійснювалися у вигляді 100% -х дочірніх підприємств, сприяли вдосконаленню лише найпростіших складальних операцій і допомогли створити індустрію супутніх автомобільних комплектуючих. На відміну від Бразилії, Китай завжди наполягав на обмеженні частки іноземного капіталу в СП рівнем не більше 50%. У порівнянні китайської державою Бразилія не встановлює великих обмежень на іноземні інвестиції. Оскільки як і інші країни Латинської Америки, вона завжди перебувала під жорстким тиском США і тому мала малу свободу дій. У Китаї ж існував громадський консенсус щодо необхідності «наздоганяючого розвитку». В цілому китайська модель в порівнянні з бразильською володіє більш чіткою орієнтацією на розвиток.

Підсумовуючи досвід різних країн світу, слід сказати, що автомобільна промисловість в розглянутих країнах та в країнах, що розвиваються базується не лише на ринковій лібералізації і прямих іноземних інвестиціях, а й на інтервенціоністській політиці держави. Тому зважаючи на висвітлені тенденції автомобільної галузі світу, доцільно зауважити на ключовому факторі розвитку цієї сфери й для України – державному регулюванні.

Зі зміною економічної системи з метою розвитку автомобілебудівної галузі в Україні було прийнято велику кількість державних програм та законів. Першим з них став ЗУ «Про стимулювання виробництва автомобілів в Україні», який передбачав створення умов для залучення іноземних та внутрішніх інвестицій у вітчизняне автомобілебудування. Для інвесторів виробників-резидентів передбачалися податкові пільги, за умови участі цих підприємств у інвестиційній програмі Кабінету Міністрів України (поетапне збільшення виробництва автотранспортного засобу до 70 % його кошторисної вартості на митній території України протягом 10 років). У 2004 році був прийнятий ЗУ «Про розвиток

автомобільної промисловості України». Цей законопроект відрізнявся від попереднього. Пільги дещо скоротилися, проте від сплати податків законом звільнилася та частини прибутку підприємства автомобілебудівної галузі, яка реінвестувалась підприємством у власне виробництво, а також підприємство не сплачувало акцизного збору на оборот з реалізації, якщо обсяг його виробництва складав більше 10 тис. автомобілів в рік, від ввізного мита звільнялися усі комплектуючі для автомобілів. У 2006 р. у сфері державного регулювання автомобілебудівної галузі КМУ була схвалена «Концепція розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів у період до 2015 року». Метою Концепції було забезпечення розвитку автомобілебудування, підвищення його конкурентоспроможності та просування його продукції на міжнародний ринок. Проте, незважаючи на велику кількість регулюючих нормативних актів галузь на даний час перебуває в стані спаду, а продукція не користується попитом на світовому ринку. Яскравим прикладом державного регулювання є Запорізький автомобільний завод, який у 2017 році припинив випуск моделі ZAZ Lanos. Слід зауважити, що спочатку автомобільний завод мав п'ятирічний пільговий період зі сплати податків для виробництва автомобілів, потім його захищало мито на імпорт авто з-за кордону. Головною причиною припинення випуску моделі вважається відкриття кордонів і дозвіл завозити автомобілі на «єврономерах» без сплати будь-яких податків. Тоді як доля податків на виробництво автомобілів в Україні складає 34%, що робить галузь не конкурентоздатною. Тому сьогодні гостро постало питання необхідності чіткого державного протекціонізму національного виробника.

На рис. 4 представлено взаємозв'язок об'ємів виробництва автомобілів в Україні, державними дотаціями та часткою надходжень до держав-

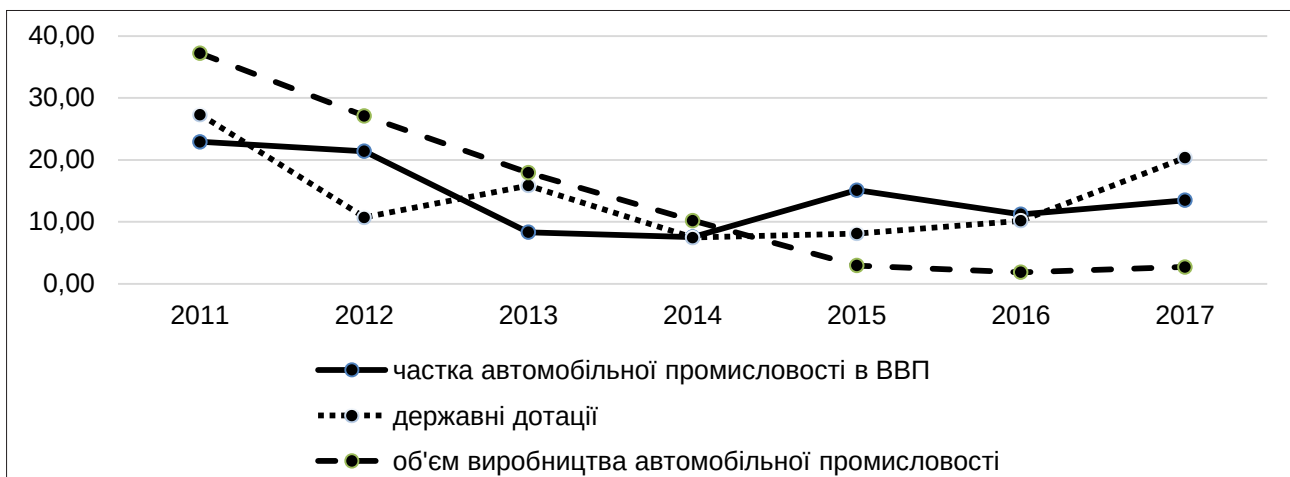


Рис. 4. Взаємозв'язок об'ємів виробництва автомобілів в Україні з макроекономічними показниками України за останні 7 років, % [7; 10; 11]

ного бюджету цієї галузі. В загальному контексті прослідковується, що українська автомобільна промисловість має значну взаємозалежність з державним сектором. Цей зв'язок, в першу чергу, полягає в тому, що державна підтримка та інвестиції сприяють підвищенню конкурентоздатності та прибутковості автомобільної індустрії. Зі збільшенням грошового обігу в цій сфері зростає й частка надходжень до державного бюджету від неї. Уряду доцільно звернути увагу на цю галузь, так як на піку розвитку автомобільної галузі в Україні (2007 рік), її частка в ВВП складала 4%.

Також важливо проаналізувати співвідношення загальної виручки підприємств автомобільної промисловості до доходу від експорту за останні 10 років (рис. 5). Цей взаємозв'язок показує, що з кожним роком у виручці від реалізації продукції зростає частина коштів, що отримана від зовнішньоекономічної діяльності. З рис. 5 чітко прослідковується велика залежність автомобільної промисловості України від економічної ситуації в країні та можливі втрати,

що пов'язані з припиненням ведення експортно-імпортних операцій.

Слід зауважити, що автомобільна галузь це не тільки виробництво, а й сфера торгівлі. Даний вид бізнесу є надзвичайно прибутковим та актуальним, оскільки попит на автомобілі в Україні не задоволений.

Сьогодні автомобільний ринок нашої держави представлений автомобілями закордонного та національного виробництва (рис. 6). Для України гостро постало питання розвитку автомобільної галузі. В умовах посилення глобалізаційних та трансформаційних процесів автомобільна промисловість нашої країни потребує узгодженої, серйозної та продуманої взаємодії держави, бізнесу та суспільства. На автомобільному ринку України прослідковується значне домінування продажів закордонних автомобілів. Найсильнішим драйвером продажів виступає попит на цю продукцію. Одночасно над українською автомобільною промисловістю тяжіє фактор конкуренції з більш комфортними імпортними автомобілями.

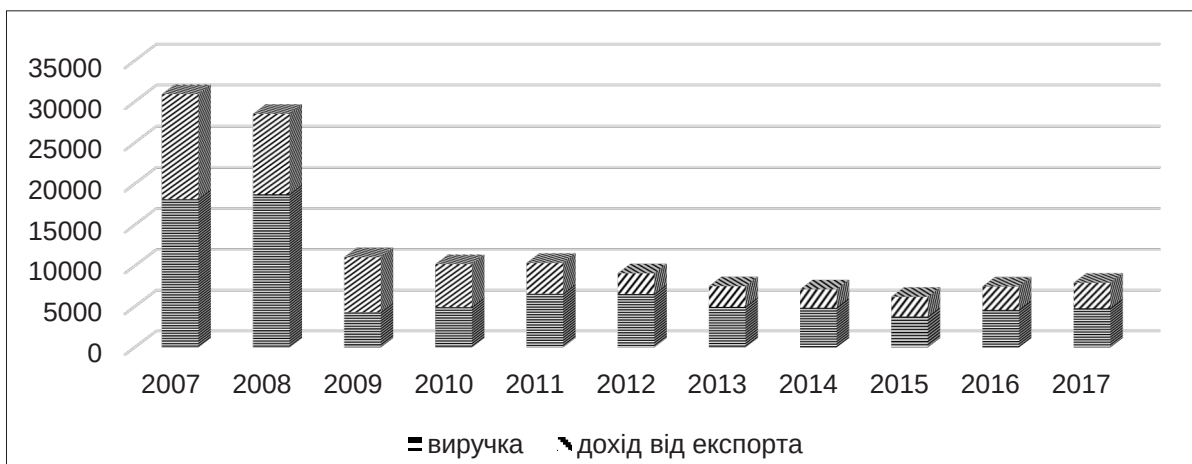


Рис. 5. Співвідношення загальної виручки підприємств автопромисловості до доходу від експорту за останні 10 років, млн. грн. [11]



Рис. 6. Співвідношення продажів автомобілів імпортних та національного виробництва за останні 10 років, од. [7]

Показово, що 2007, 2008 роки були найбільш успішними для автомобільного ринку України, проте в наступні періоди спостерігалася значна перевага в продажах імпортних автомобілів. З кожним роком це співвідношення регресивно збільшується, що й не стимулює національного виробника. Враховуючи при цьому сьгоднішній підвищений попит на автомобілі з іноземними номерами («свробляхи»).

В більшій мірі, ніж державна співпраця, на автомобільну індустрію впливає добробут населення (їх доходи, платоспроможність), доступні % банківських кредитів на покупку нових автомобілів та курс валюти (рис. 7). Ці макроекономічні показники впливають на об'єм продажів автомобілів по-різному. З одного боку, відчутне зростання платоспроможності населення сприяє збільшенню обсягів купівлі. З іншого, підвищення курсу валют та % по банківським кредитам провокує зниження купівельної здатності населення. Слід зауважити, що доцільна державна протекція % ставки по кредиту на користь національного виробника.

У цьому контексті звернемо увагу на рейтинг найбільш популярних автомобілів у продажах

(рис. 8). За підсумками 2017 року в Україні було зареєстровано 52 525 нових автомобілів, що на 35 % більше показника 2016 року. Найбільший попит в 2017 році мали автомобілі марки Renault. З січня по грудень 2017 року процедуру реєстрації пройшли 9 434 автомобілі цієї французької марки. В порівнянні з попереднім роком продажі автомобілів моделей Renault збільшились на 28%. На другому місці автомобілі марки Toyota з кількісним показником 8 699 автомобілів. Продажі Toyota в 2017 році зросли на 14 % в порівнянні з 2016 роком. Третій показник у марки Volkswagen – 6 520 автомобілів, збільшення на 71% до попереднього року. На четвертій позиції рейтингу Skoda, автомобілі якого поповнили український автопарк 5 018 новими автомобілями. В порівнянні з попереднім роком попит на автомобілі групи Skoda виріс на 17%. Закінчує п'ятірку лідерів 2017 року Kia з 4 853 реалізованими автомобілями (зі зростанням на 23% в 2017 до 2016 року) [2]. Важливо зауважити, що у 2017 році для українського автомобільного ринку були проведені важливі зміни. Зокрема, вдалося домогтися скасування ПДВ та акцизу на електрокари.

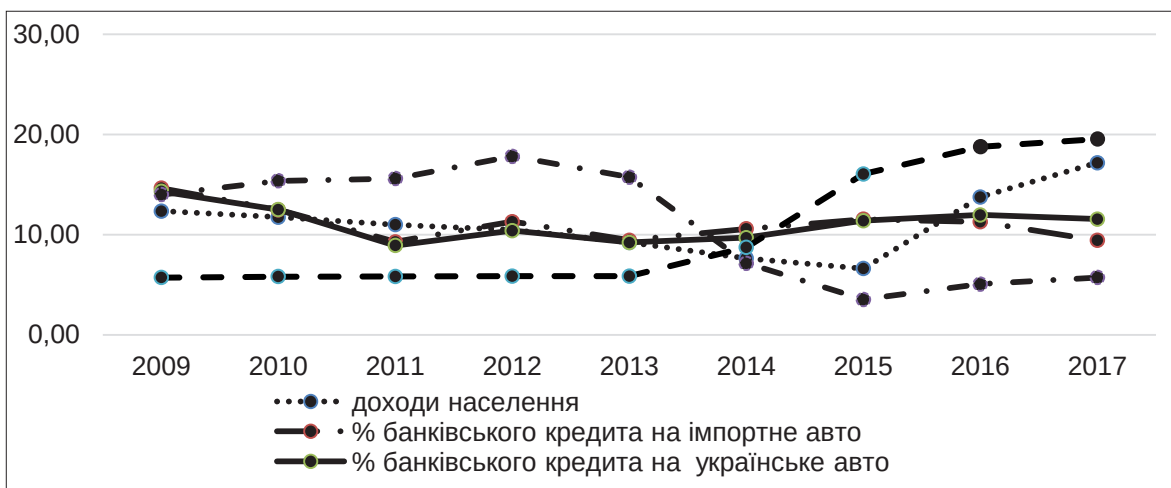


Рис. 7. Взаємозв'язок об'ємів продажів автомобілів в Україні з доходами населення та % банківського кредита на покупку автомобіля за останні 10 років, % [10; 11; 12]

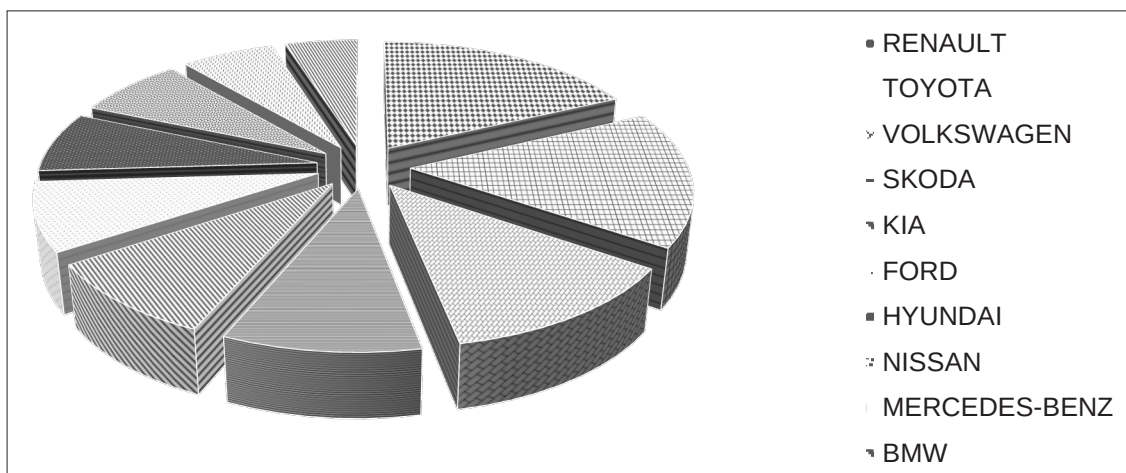


Рис. 8. Топ-10 брендів автомобілів в продажах 2017 року, % [7]

Разом з цим зниження платоспроможності населення спровокувало відмову від покупок автомобілів в автосалонах на користь дешевих старих автомобілів з Європи. Головна проблема тисяч нерозмитнених іномарок з європейських шротів – деградація автомобільної галузі України. Масове поповнення автопарку закордонними вживаними автомобілями з малим залишковим ресурсом означає крок назад для транспортної інфраструктури. Існує відразу кілька ознак втрати автомобільної «цивілізації». По-перше, зниження завантаження мережі офіційних автосалонів з широким штатом співробітників і відповідними податками в бюджет. По-друге, непотрібність фірмових СТО з високим рівнем сервісу і кваліфікованим персоналом. По-третє, вимирання супутньої інфраструктури – банківське кредитування, лізинг, асистанс. І нарешті, це зупинка українських автомобільних заводів, які в кращі роки випускали майже півмільйона легковиків, вантажівок і автобусів з відповідним завантаженням сотень суміжних підприємств та мільйонними відрахуваннями у бюджет. Подібне вже мало місце в історії України, коли в 1990-х роках відкрилися кордони і в Україну потрапили бувші в експлуатації іномарки. З того часу бізнесу і владі коштувало чималих зусиль і багатьох років, щоб побудувати в країні цивілізований ринок автомобілів та супутніх послуг, і разом з ним – справжню автомобільну цивілізацію. Сьогодні позитив від глобалізації можна спостерігати лише за умови, якщо держава стоїть на захисті інтересів національного виробництва, забезпечує досконалу координацію галузевих ринків. Український споживчий ринок є містким, а попит на автомобілі не задоволеним, що дає стимули для розширення національного виробництва. Але це можливо лише при перепрофілюванні державою

споживчого ринку, підвищенні доходів та рівня життя населення, зростанні інвестицій та інновацій в автомобільну галузь України.

Висновки. з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Ключову роль в координуванні розвитку автомобільної галузі України у відповідності до світових тенденцій повинна відіграти держава шляхом стимулювання вітчизняного виробництва. Серед найбільш ймовірних позитивних зрушень в напрямку розвитку автомобільного ринку України за рахунок реалізації всіх прийнятих на державному рівні заходів можна відзначити: зростання частки вітчизняного виробництва в наповненні внутрішнього ринку (головним чином за рахунок зменшення імпорту іноземних автомобілів), диверсифікація ризиків залежності національної економіки від кон'юнктури зовнішніх ринків на сталь та хімічну продукцію, організація виробництва автомобільних комплектуючих, зміна структури національної економіки України за рахунок збільшення частки вітчизняного автопрому в ВВП.

Для підтримки українського автопрому необхідно: створити умови для пільгового кредитування підприємств, які займаються випуском автомобілів. Адже зараз такої системи немає і всі заводи отримують кредити на загальних підставах. Важливо звільнити підприємства від місцевих податків та зборів, тому що, за даними Міжнародного інституту автопромисловості в Цюриху, в Україні заводи витрачають на такі податки більше, ніж у сусідніх Білорусі та Румунії разом узятих. Необхідно встановити привабливий інвестиційний клімат у державі. А також Україна має проводити власні конструкторські розробки задля створення нових конкурентних моделей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Christensen, T.B. Modularised eco-innovation in the auto industry. *J. Clean. Prod.* 2011, 19, 212–220.
2. Schulze A., MacDuffie J.P., Täube F.A. Introduction: Knowledge generation and innovation diffusion in the global automotive industry—Change and stability during turbulent times. *Ind. Corp. Chang.* 2015, 24, 603–611.
3. Humphrey, J.; Memedovic, O. The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries. 2003. Available online: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=424560 (accessed on 27 April 2017).
4. Бодрова Н.Е. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості / Н.Е. Бодрова, К.П. Булатов // *Бізнес Інформ.* 2013. № 1. С. 78-83.
5. Ладуба Т.Ю. Інтернаціоналізація автомобільної промисловості в умовах зростання національних економік / Т.Ю. Ладуба // *Міжнародна економічна політика.* 2010. № 1-2 (12-13). С. 184-209.
6. Проноза П.В. Світове автомобілебудування: сучасні тенденції та перспективи розвитку / П.В. Проноза // *Бізнес Інформ.* 2015. № 8. С. 118-125.
7. Асоціація автовиробників України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/>
8. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.oica.net/category/production-statistics/2017-statistics/>
9. Кондратьев В. Б. Автомобильная промышленность в развивающихся странах [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.perspektivy.info/history/avtomobilnaja_promyshlennost_v_razvivajushhihsa_stranah_2013-08-23.htm
10. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://old.kmu.gov.ua/kmu/control/publish/article?art_id=72365
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Національний банк України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Однорог М.А. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ І СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА В НАПРЯМІ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	3
--	----------

СВИТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Ganski V.O. TOURIST MARKET BASED ON HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE: THEORETICAL FOUNDATIONS AND MODERN TRENDS.....	11
Конохов С.В. ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ ЄС.....	18
Масло Р.Є. ФАКТОРИ ЛОКАЛЬНОЇ ДИНАМІКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ МІСТ.....	25
Павлюк О.О. ЕВОЛЮЮЦІЯ БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ В УКРАЇНІ.....	31
Різва Л.А. ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ.....	39
Танасієнко Н.П., Лабунець В.О. МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	44
Хаджинов І.В. МІСЦЕ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮЖКІВ ВАРТОСТІ У СУЧАСНИХ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМАХ.....	49

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Володивщук А.С. ВНЕДРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УКРАИНЕ.....	55
Грідін О.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕР ВИРОБНИЦТВА, ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗЕРНА: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАГАЛЬНОСВИТОВИЙ КОНТЕКСТ.....	60
Добровольський В.В., Логвиненко Н.І. ОЦІНКА СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ.....	69
Єкель Г.В. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ І СТАНДАРТІВ ЄС.....	73
Коваль В.В., Редьква О.З. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	77
Кухарук Н.В., Кривов'язюк І.В. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ РЕГІОНАХ.....	82
Добровольський В.В., Матюшевська К.М. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ.....	88
Наумова І.Ф. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	92

Приходько Д.О. АНАЛІЗ СПОСОБІВ ПРИВАТИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	97
Резнік Н.П., Ліщук Ю.А. СУЧАСНИЙ СТАН БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ НА РИНКУ ЗЕРНОВИХ.....	106
Танасієнко Н.П., Костюк І.В. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	112
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Алескерова Ю.В., Бельдій А.М. ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ.....	118
Безземельна Т.О. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО РОЗРОБЛЕННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ УПРАВИТЕЛІВ ЖИТЛОВИХ БУДИНКІВ.....	124
Тульчинська С.О., Бершадська І.І. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	129
Борисенко О.С., Табачук Н.О. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ.....	134
Бусловская А.А., Сардак С.Э. EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕННІ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА.....	142
Велика О.Ю. ОСНОВНІ ВИДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	146
Волянська-Савчук Л.В., Мендограло Д.В., Модіна Д.В. ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА СУЧАСНОГО КАДРОВОГО ДІЛОВОДСТВА В УКРАЇНІ.....	150
Грузіна І.А. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЯК РЕЗУЛЬТАТУ НТП.....	154
Артеменко Л.П., Демченко П.О. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	160
Варяниченко О.В., Єгорова П.В. SWOT-АНАЛІЗ У РОЗРОБЛЕННІ СТРАТЕГІЇ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ».....	164
Жовковська Т.Т. ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ У РЕФЛЕКСИВНОМУ УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	173
Колос І.В., Бунь Б.А. ДІАГНОСТУВАННЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ.....	180
Бойко Г.Ф., Компанець К.А. ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	187
Компанець К.А., Єнакієва В.В. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ.....	191
Король С.В. ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ.....	194
Кудінова М.М., Рибалка А.С., Чубач О.Р. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ.....	199
Нечипоренко В.В. КОНКУРЕНЦІЯ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НА АГРАРНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	206
Папіж Ю.С., Дубей Ю.В. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ.....	211

Скупейко В.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ.....	216
Судакова О.І., Щеглова О.Ю., Медведовська Т.П., Туз К.В. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПЕРСОНАЛУ В СТРАТЕГІЯХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	224
Фреюк О.В. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОСТАВКИ ТОВАРІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОМ.....	228
Харченко Т.О., Громов О.О. УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ПОМИЛОК В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	233
Чижишин О.І. СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ КОНТРОЛІНГУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	238
Шевченко І.Б. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕДІЙНОГО БІЗНЕСУ ЗГІДНО З ЕКОНОМІЧНИМИ ОСОБЛИВОСТЯМИ ВИРОБНИЦТВА МЕДІАПРОДУКТІВ.....	242
Юнацький М.О. ВИКОРИСТАННЯ ДИСКРИМІНАНТНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЦГЗК»).....	249
ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Мареха І.С. МЕНТАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА НАПРЯМИ ЙОГО МОНЕТИЗАЦІЇ.....	257
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Мантур-Чубата О.С., Бець Ю.О., Кравчук М.Л. ОСОБЛИВОСТІ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ У РОЗРІЗІ ПРОФЕСІЙ ТА ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ.....	261
Ведерніков М.Д., Чернушкіна О.О., Мантур-Чубата О.С. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	271
Герчанівська С.В. ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ.....	278
Заюков І.В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦЕЗДАТНОГО НАСЕЛЕННЯ ДО САМОЗБЕРЕЖЕННЯ ЗДОРОВ'Я	282
Грінько І.М., Нечипорук І.В. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ОЗБРОЄННЯ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ ТА НАРОЩУВАННЯ ГОНКИ ОЗБРОЄНЬ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА	281
Піщик О.В. СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЖИТЛОМ НАСЕЛЕННЯ.....	294
Добровольський В.В., Поясок А.І. ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ І РІШЕННЯ У ЛОГІСТИЦІ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ.....	300

Романець І.В., Маркова С.В., Головань О.О. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОМАНДОБУДУВАННЯ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ.....	303
Федоришина Л.М. УЗАГАЛЬНЮЮЧА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗДОРОВ'Я ДИТЯЧОГО НАСЕЛЕННЯ.....	308
Філіппова Н.В., Косач І.А., Ховайло І.П. РИНОК ПРАЦІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	316

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Антоненко В.М. ФІНАНСОВИЙ ЛЕВЕРИДЖ ТА УКРАЇНСЬКА СПЕЦИФІКА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ.....	322
Гурська Ю.О., Пайтра Н.Г. ВПЛИВ ПОЛІТИКИ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ НА ГРОШОВО-КРЕДИТНУ СФЕРУ В УМОВАХ РЕЖИМУ ІНФЛЯЦІЙНОГО ТАРГЕТУВАННЯ.....	332
Давискіба К.В., Карпова В.В., Ревенко О.В. ВЗАЄМОУЗГОДЖЕНІСТЬ ПОДАТКОВОГО, МИТНОГО ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ІМПОРТНИХ ТОВАРІВ.....	337
Демченко О.П., Романовська Ю.А. ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІД ЧАС Р2Р-КРЕДИТУВАННЯ.....	342
Король М.М., Вароді В.М. ЕВОЛЮЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	348
Краснікова О.М. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	352
Погріщук Г.Б., Мацедонська Н.В. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....	356
Простебі Л.І. МІЖБЮДЖЕТНІ ТРАНСФЕРТИ З ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: МОНІТОРИНГ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	360
Романовська Ю.А., Гайдей О.В. МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ.....	367
Ставська Ю.В., Вовк В.Ю. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ.....	371
Кміть В.М., Чорна Я.В. ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ТА ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....	376

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Маркус О.В., Груй В.О. ОЦІНКА ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ЗАРУБІЖНИМИ ТА ВІТЧИЗНЯНИМИ МОДЕЛЯМИ.....	382
Домбровська Н.Р. ВІДОБРАЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО, УПРАВЛІНСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ.....	386
Копотієнко Т.Ю. ОЦІНКА АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ У ВНУТРІШНЬОМУ АУДИТІ	392
Маркус О.В., Стельмах І.Р. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У США ТА МЕТОДИКИ Й ОСОБЛИВОСТЕЙ ЙОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ.....	398

Фатенок–Ткачук А.О., Блаженчук В.С. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ.....	402
---	------------

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

Мишко О.В., Коваль О.Г., Струс Р.В. ПАРАДИГМА ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЇЇ ПОШИРЕННЯ.....	407
--	------------

Шевчук І.Б., Штмпель І.Б. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ.....	411
--	------------

Прушківська Е.В., Варнавський О.Д. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	419
---	------------

Електронне наукове фахове видання

СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

Випуск 3 (14) 2018

Коректура • *Л.М. Петрушевський*

Комп'ютерна верстка • *Ю.С. Семенченко*

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